



**HAL**  
open science

# De l'oignon en tous sens : pour une approche compréhensive de la production d'oignons de Toulouges et de Bamberger birnenförmige Zwiebel

Marion Jaume

► **To cite this version:**

Marion Jaume. De l'oignon en tous sens : pour une approche compréhensive de la production d'oignons de Toulouges et de Bamberger birnenförmige Zwiebel. Géographie. Université de Perpignan, 2023. Français. NNT : 2023PERP0042 . tel-04467612

**HAL Id: tel-04467612**

**<https://theses.hal.science/tel-04467612>**

Submitted on 20 Feb 2024

**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.

---

## De l'oignon en tous sens

Pour une approche compréhensive de la production d'oignons de Toulouges et de  
Bamberger birnenförmige Zwiebel

---

Présentée en vue de l'obtention grade de docteur  
en **Géographie** de l'**Université de Perpignan Via Domitia**

*École Doctorale n°544 – Intermed*

Présentée par **Marion JAUME**

Dirigée par **Guillaume LACQUEMENT**

Soutenue publiquement le **23 octobre 2023** devant le jury composé de

<b>Pascal MARTY</b> Professeur des Universités, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne	Rapporteur
<b>Laurent RIEUTORT</b> Professeur des Universités, Université Clermont-Auvergne	Rapporteur
<b>Claire CERDAN</b> Chercheuse HDR, CIRAD	Examinatrice
<b>Pascal CHEVALIER</b> Professeur des Universités, Université Montpellier 3 – Paul Valéry	Examinateur
<b>Lucette LAURENS</b> Professeure des Universités, Université Montpellier 3 – Paul Valéry	Présidente

## Comité de suivi individuel

Le **comité de suivi individuel** (CSI) est déterminé par l'article 11 de l'arrêté du 26 août 2022 modifiant l'arrêté du 25 mai 2016 : « *Un comité de suivi individuel du doctorant veille au bon déroulement du cursus en s'appuyant sur la charte du doctorat et de la convention de formation* ».

Le rôle du comité de suivi individuel est d'assurer un accompagnement du doctorant pendant toute la durée du doctorat au regard de la charte de la convention de formation.

**Pour la préparation de cette thèse, le comité de suivi individuel a été composé de :**

<b>Claire CERDAN</b> Chercheuse HDR, CIRAD	Membre spécialiste de la discipline ou en lien avec le domaine de thèse
<b>Sophie MASSON</b> Professeure des Universités, Université de Perpignan Via Domitia	Membre non-spécialiste extérieur au domaine de recherche du travail de thèse
<b>Pascal CHEVALIER</b> Professeur des Universités, Université Montpellier 3 – Paul Valéry	Membre extérieur à l'établissement dans lequel s'est déroulée la thèse

**Les comités de suivi individuel se sont déroulés :**

- **Le 7 juillet 2021**
- **Le 15 juillet 2022**
- **Le 15 mai 2023.**

« Seppo Sorjonen leur avoua qu'il écrivait à ses moments perdus et qu'il avait même publié un livre : une histoire pour les enfants qui parlait de la crise du logement chez les écureuils. »

Arto Paasilina, *La cavale du géomètre*

## REMERCIEMENTS

Je remercie chaleureusement Guillaume Lacquement de m'avoir offert l'opportunité de poursuivre en doctorat et pour son soutien et son amabilité durant ces trois années.

Je souhaite remercier Claire Cerdan, Pascal Chevalier et Sophie Masson d'avoir pris part au Comité de Suivi Individuel et de m'avoir conseillée sur l'orientation théorique de la thèse. Je remercie Lucette Laurens, Pascal Marty et Laurent Rieutort d'avoir accepté de participer au jury.

Ce travail n'aurait pas été possible sans le soutien matériel et financier de l'Université de Perpignan, de l'Ecole Doctorale Intermed et du DAAD qui m'ont permis de mener ce travail avec davantage de sérénité. Je remercie le laboratoire Art-Dev pour l'accueil ainsi que les doctorants avec qui j'ai pu partager ce fameux bureau Y1-32. Cette thèse fut une expérience dans ce monde si singulier que celui de la recherche universitaire.

Un grand merci à toutes les personnes ayant accepté de répondre à mes questions et de s'être montrées disponibles. Sans vous, à coup sûr, ce travail n'aurait pas pu voir le jour. Je remercie tout particulièrement Jean Lhéritier, Ulrike Aas pour son accueil à Bamberg et Patrick Rabat pour ces discussions passionnées sur l'oignon.

Cette thèse vient clore le cycle de mes études supérieures entre Paris, Clermont-Ferrand, Grenoble, Strasbourg, Perpignan et cette chère Seine-et-Marne. Au terme de ce parcours, je tiens à remercier ceux qui l'ont rendu possible et inoubliable : Mmes Halajko et Louveaux qui m'ont donné le goût des croquis et de la géographie. Merci à tout le bureau de l'UPVDoc d'avoir animé cette première année de thèse, à grand coups d'affiches et de posts Facebook.

Merci à Rosanne, JB et Claire d'être toujours là, pour des p'tites soirées, des randos ou des conf'tel. Aux Anonymousses, Camille, Théo et Juju, les khouyas, l'élite invétérée qui a animé cette chère Redpill durant trois ans par des trails matinaux à la Madeloc, les soirées du vendredi au Château, des discussions passionnées sur OpenStreetMap et par des concerts de flûte de haute volée. À Guillaume, Agnès, Tom, Man et Sandrine avec qui des kilomètres peu badants ont été partagés sous le regard bienveillant et toujours présent de Tonton Canigou <3. Merci au petit groupe de la piscine du Moulin à Vent avec qui j'ai partagé un bon nombre de longueurs, les fameux 4,7km voire 5km, si affinité. La ligne 3 s'en souviendra ! Merci à Gérald pour les soirées pizzas et les tours en vélo. Merci à Nicolas pour ces tours à deux pieds

ou à deux roues dans cette belle forêt de Fontainebleau. En huit mots : vive le sport et longue vie au seuil !

Ce travail n'aurait pas pu être mené à bien sans Jean-Daniel, Roger's bike et Titine qui se sont montrés d'une motivation sans pareille dès qu'il a fallu sillonner *el país catala* et la *Fränkische Region* ! Une petite pensée aux serveurs de GCN et de l'Equipe 21 qui ont animé ces journées de labeur et à ce fidèle Portcefrem12 qui s'est vaillamment allumé tous les matins sans le moindre refus.

Merci à ma famille, à mon père pour sa relecture attentive et bienveillante et à Sistoune pour son aide dans la traduction. Merci pour vos encouragements, votre soutien indéfectible et surtout pour ces soirées devant « Meurtres à » et autres téléfilms du service public. La bibliothèque de FR3 n'a plus de secret pour nous.

Je terminerai par citer un proverbe finnois traduit en suédois par St Garin et qui rencontre un écho tout particulier dans ce travail :

*« Råvälla måltalø løtid närräta lörrä allå för pötalåkt rättallø vati kävød  
pörødäa i lägen »*





# **Introduction générale**

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

75%, telle est la part de la diversité génétique des plantes cultivées qui aurait été perdue en cent ans (FAO, 2010). Des voix s'élèvent contre cette érosion de la biodiversité et cette standardisation de l'agriculture. Au travers de banques de gènes et de semences, de bourses aux graines, de jardins conservatoires et d'un boycott des hybrides, des agriculteurs, des associations, des jardiniers amateurs, des États et des organismes de recherche se mobilisent.

Un des facteurs de biodiversité est le maintien d'« écotypes locaux », c'est-à-dire de légumes ayant « acquis des caractéristiques génétiques particulières résultant d'une sélection naturelle dans un milieu donné » (Dagna, 2006) et d'une adaptation à des conditions pédoclimatiques localisées. Leur origine géographique est signalée dans leur nom, soit par un terme vernaculaire, soit par un toponyme. L'oignon des Cévennes ou l'oignon de Roscoff en sont des exemples bien connus du fait de leur Appellation d'Origine Protégée (AOP). Mais, ce n'est que l'infime partie d'un vaste ensemble difficile à quantifier. L'absence de label ou d'Indication Géographique (IG) telle qu'une AOP n'empêche pas des écotypes d'être très renommés localement : les oignons de Tarassac, de Toulouges, de Trébons et de Lézignan en témoignent. Ils se multiplient sur les étals des marchés et des supermarchés dans un contexte de promotion du « terroir » et des produits locaux (Pouzenc *et al.*, 2007 ; Delfosse, 2011). Ils constituent, en effet, une source de plus-value et de différenciation dans une filière légumière mondialisée et extrêmement concurrentielle (Dagna, 2006).

Malgré cela, ces écotypes constituent un angle mort de la recherche en Sciences Humaines et Sociales (SHS). De fait, l'historique des écotypes locaux sans IG, leurs caractéristiques, le volume de leur production, les savoir-faire nécessaires sont rarement renseignés dans des publications ou dans des études statistiques. Les travaux portant sur les productions de légumes se concentrent, pour la plupart, sur les légumes sous IG et sur les dynamiques de la relocalisation autour des circuits courts et de la vente directe (Guillemin, 2020). Les écotypes locaux demeurent des objets peu étudiés et peu formalisés.

Les études disponibles en Sciences Humaines et Sociales françaises sur les écotypes de légumes locaux et leur valorisation recourent, notamment, à la notion de ressource territoriale (Praly, 2010 ; Senil *et al.*, 2014). Cette notion évoquée, pour la première fois, en 2004, par Leïla Kébir, en collaboration avec Denis Maillat et Olivier Crévoisier (Kébir, 2004), est reprise et précisée pour devenir une notion phare de l'économie territoriale (François *et al.*, 2006 ;

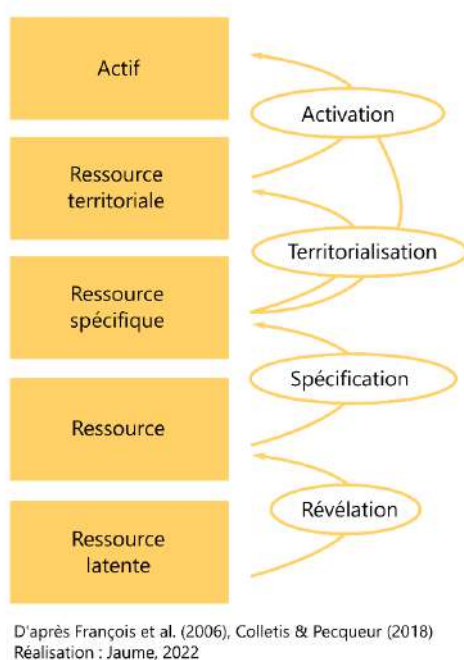


Gumuchian & Pecqueur, 2007). Afin d'expliciter le sens de cette notion, revenons à la définition métaphorique de la ressource donnée par Antoine Frémont (2007) et citée par Colletis et Pecqueur (2018) :

*« La ressource, étymologiquement, c'est ce qui sourd, c'est l'eau qui jaillit de la terre, c'est le bien le plus précieux offert à la vie. Et, par extension, comme le dit le dictionnaire, c'est une richesse. » (Frémont, 2007)*

Dans le cadre de l'économie territoriale, une ressource désigne « le résultat d'une construction/combinaison issue de la volonté et des activités humaines » (Colletis & Pecqueur, 2018). Elle correspond à une grande diversité d'éléments : matériels, immatériels et monétaires pour les auteurs en écologie territoriale (Buclet, 2015), ou idéels, matériels et organisationnels, pour ceux davantage rattachés à la géographie sociale (Buleon & Di Méo, 2005 ; Napoléone *et al.*, 2015).

Figure 1 De la ressource à l'actif : le cadre conceptuel



Les ressources sont dites génériques ou spécifiques, en fonction du caractère plus ou moins transférable et reproductible de l'objet dans un autre contexte socio-spatial (Colletis & Pecqueur, 1995) :

- Les ressources génériques ne sont que peu liées au territoire dans lequel elles s'inscrivent et pourraient aisément être présentes dans d'autres lieux ou à d'autres époques.

- Les ressources spécifiques sont, au contraire, étroitement liées au territoire dans lequel elles s'insèrent et ne sont pas reproductibles. Ce sont elles qui font la spécificité du territoire et qui sont mobilisées par les acteurs impliqués dans des projets de développement local. Une ressource spécifique peut constituer une ressource territoriale, si elle tire sa spécificité d'un lien avec un territoire doté d'une histoire et d'une culture (Colletis & Pecqueur, 2018).

La ressource est, à la fois, un « donné » et un « construit » (Kébir & Crévoisier, 2004). En d'autres termes, elle est présente dans l'environnement et disponible mais c'est sa mobilisation par des sociétés humaines et par des acteurs qui est décisive (Gumuchian *et al.*, 2003). Cette mobilisation de la ressource correspond à un processus d'activation : la ressource est repérée, identifiée comme telle, valorisée dans une logique marchande et devient, par-là, un « actif ». Le passage d'une ressource générique à spécifique se fait via un processus de spécification ; et le passage d'une ressource spécifique à territoriale, via un processus de territorialisation (cf. Partie 3, 4.2.1.3.1). À terme, l'activation, la spécification et la territorialisation de ressources est censée entraîner une dynamique sur le territoire, notamment, en termes de gouvernance et de développement économique local (François *et al.*, 2006 ; Kébir & Crévoisier, 2004).

Une ressource est inépuisable à l'inverse des processus qui la mettent en valeur et qui peuvent, eux, rencontrer leurs limites. Elle n'est donc pas nécessairement activée (François *et al.*, 2006). Si ce n'est pas le cas, elle reste « une réserve, un potentiel latent ou virtuel » (Colletis & Pecqueur, 2018). Elle est « présente, mais non mobilisée » (Janin *et al.*, 2015). Elle est « un gisement » (Colletis & Pecqueur, 2018) dont la valorisation n'est qu'une potentialité (*ibid.*).

La formation d'une ressource territoriale dépend de l'implication d'acteurs ayant l'intention de s'inscrire dans un « processus collectif de production de représentations partagées du territoire et de ses ressources » (Colletis & Pecqueur, 2018) : « Il faut [...] qu'un collectif d'acteurs concernés puisse se réunir et révéler le problème commun à résoudre ou la ressource commune à valoriser » (*ibid.*). L'économie territoriale conçoit, de ce fait, le territoire comme une combinaison de ressources et d'actifs, une « une portion d'espace habitée et construite par les acteurs *mais qui se structure avec un projet de développement* » (*ibid.*). Plus il compte de ressources territoriales, plus un territoire pourra se différencier des autres (Colletis & Pecqueur, 1993).

L'économie territoriale, par son cadre conceptuel qui se structure depuis trois décennies, par les notions qu'elle mobilise et par sa prise en compte des enjeux spatiaux et territoriaux des activités économiques, constitue de prime abord un cadre pertinent pour étudier les écotypes de légumes locaux.

Il est toutefois permis de s'interroger sur deux points.

Le premier concerne la transposabilité à l'étranger de la notion de ressource territoriale et des travaux qui s'y réfèrent et ce, d'autant plus que les comparaisons sur des thématiques agricoles et alimentaires se multiplient et que l'engouement pour les écotypes locaux dépasse les frontières françaises (Garçon, 2015). Par exemple, en Allemagne, ces légumes désignés par l'expression *lokale Sorten* (variétés locales) sont présents sur les marchés et des associations telles que le *Verein zur Erhaltung der Nutzpflanzenvielfalt* (Association pour le maintien de la diversité des plantes cultivées) œuvrent à leur sauvegarde. Aussi est-il difficile d'étudier les dynamiques outre-Rhin sous l'angle de la ressource territoriale : comment les saisir finement à partir d'une notion issue d'une autre langue, d'une autre culture et qui n'est donc pas mentionnée par les acteurs ? Existe-t-il des équivalents en allemand mobilisables dans ce cadre ?

Le second point a trait à l'adéquation de la notion de ressource territoriale pour comprendre finement ce qui se joue autour des écotypes locaux sans IG. Des questions pouvant paraître naïves peuvent se poser : comment expliquer qu'un écotype local bien qu'identifié comme spécifique ne fasse pas l'objet d'un label ? Comment comprendre que ces légumes n'aient pas le monopole au sein de la production d'oignons locale ? Autrement dit : pourquoi un maraîcher produit-il un écotype local ou, au contraire, pourquoi n'en produit-il pas ? Et de même, pourquoi un restaurateur utilise-t-il un écotype local ou, au contraire, n'en utilise-t-il pas ? Pourquoi un distributeur, un grossiste, un commerçant ont-t-ils un écotype local sur leur catalogue ou, au contraire, n'en ont-t-ils pas ?

La thèse part de ces questions pour conduire une comparaison entre deux écotypes locaux produits, tantôt en France, tantôt en Allemagne : l'oignon rouge de Toulouges dans les Pyrénées-Orientales et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* (l'oignon de Bamberg en forme de poire, BBZ) dans la région de Bamberg en Bavière.

L'oignon de Toulouges est produit par plus de cinquante maraîchers dans les Pyrénées-Orientales<sup>1</sup> et bénéficie d'un fort attachement de la population. Il tire son nom d'une commune limitrophe de Perpignan où la variété aurait été identifiée et sélectionnée. Son origine, bien que floue, remonterait au XIX<sup>e</sup> siècle lors du développement du bassin maraîcher autour de Perpignan. Les acteurs interrogés soulignent ses particularités gustatives et visuelles : sa couleur rosée, sa douceur gustative, sa taille et son parfait accord avec une salade de tomates. Chaque année, une fête de l'oignon rouge est ainsi organisée à Toulouges (cf. Figure 2).

---

<sup>1</sup> Cette estimation fait suite au recensement réalisé durant l'enquête de terrain.

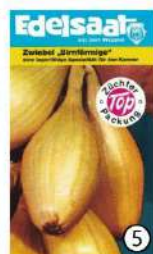
Figure 2 Présentation des terrains d'étude et des écotypes locaux qui y sont cultivés



① Oignon rouge de Toulouges  
Pyrénées-Orientales (France)



② Oignon-poire de Bamberg (Bamberger Birnenförmige Zwiebel)  
Ville de Bamberg, Bavière (Allemagne)



- 1 : Déclinaison de tomates assortie d'oignons rouges proposée au restaurant La Galinette à Perpignan (source : La Galinette)
- 2 : Affiche de la fête de l'oignon rouge 2019 (source : Ville de Toulouges)
- 3 : Oignon rouge de Toulouges
- 4 : Bamberger Birnenförmige Zwiebel
- 5 : Semence Hoffmann produite à quelques kilomètres de Bamberg
- 6 : Attestation d'inscription de la variété auprès de l'Office fédéral des variétés végétales
- 7 : Oignons en fleur au Jardin de variétés (Sortengarten) à Bamberg
- 8 : Panorama sur la Gärtnerstadt, le quartier maraîcher historique de Bamberg

Réalisé par Jaume, 2021. Source des images : Jaume, 2021

Illustration 1 Oignon de Toulouges (Jaume, 2022)



À Bamberg, un oignon doux en forme de poire est évoqué dès le XIX<sup>e</sup> siècle. Il faut dire que la ville de 77 000 habitants est célèbre pour son passé maraîcher. La présence de parcelles maraîchères au plus près du centre-ville (cf. Figure 40), associée à son architecture médiévale lui valent d’être classée, depuis 1993, sur la Liste du patrimoine mondial de l’UNESCO (Organisation des Nations unies pour l’éducation, la science et la culture). Il existe une fameuse recette d’oignon farci à la viande hachée, la « *Bamberger Zwiebel* » et les habitants sont surnommés les « *Zwiebeltreter* » (les piétineurs d’oignons), une référence à la pratique qui consistait à marcher sur les plants d’oignons pour éviter leur montée en graines. La *Bamberger birnenförmige Zwiebel* devient une variété officielle en 1955 quand Hoffmann, un semencier local, l’inscrit au catalogue allemand des variétés. Elle est aujourd’hui cultivée par au moins huit maraîchers à Bamberg et dans les communes limitrophes<sup>2</sup>. Deux associations relatent son histoire, dans un jardin botanique pour l’une et dans un musée de l’horticulture pour l’autre.

---

<sup>2</sup> Cette estimation fait suite au recensement réalisé durant l’enquête de terrain.

Illustration 2 Bamberger birnenförmige Zwiebel (Jaume, 2021)



Leur étude conjointe est motivée par les points communs que ces écotypes partagent.

Les deux productions sont, tout d'abord, en recul. Malgré sa présence historique et l'engouement qu'il rencontre dans les Pyrénées-Orientales, l'oignon de Toulouges se trouve remplacé par une variété hybride, le *Fireking*. Jugé plus facile et moins coûteux à produire, il présente des caractéristiques gustatives et visuelles similaires et peut se vendre au même prix que son cousin toulougien. Les maraîchers cultivant de l'oignon de Toulouges se tournent de plus en plus vers cette variété. En conséquence, la production locale de l'écotype se raréfie, tout comme celle de ses graines et de ses plants. Alors que cette dernière était, en grande partie, assurée par des maraîchers à la retraite, l'arrêt de leur activité conduit à la raréfaction des graines disponibles pour les professionnels. Graines et plants sont désormais souvent produits non plus localement mais par des groupes nationaux ou internationaux comme Ducrettet ou Agrosemens. Bien que le constat soit différent à Bamberg, il interroge tout autant : la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est un écotype local d'oignon qui s'est considérablement raréfié depuis le milieu du XXe siècle au point d'être produite par environ huit producteurs aujourd'hui<sup>3</sup>. Ainsi, à Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales, les écotypes locaux sont produits dans des volumes réduits, destinés à de la vente directe et à des circuits de proximité. Leur notoriété est essentiellement locale.

---

<sup>3</sup> Comme il n'existe quasiment pas de statistiques à propos de l'écotype, je m'appuie sur les témoignages des enquêtés pour considérer que la production connaît une baisse marquée.

Un deuxième point commun tient à l'absence de label et de mobilisation collective. Il n'existe ni recensement, ni réseau de producteurs. La *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est identifiée comme un des écotypes de légumes propres à Bamberg communément appelés les « *Bamberger Gemüse* » (légumes bambergeois). Lorsque la BBZ est mise en valeur par la Ville de Bamberg et son *Welterbe Zentrum* (Centre du patrimoine mondial), par Slow Food, par l'*Interessen Gemeinschaft Bamberger Gärtner* (Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois) et par deux associations en charge d'un jardin botanique et d'un musée sur l'histoire maraîchère, elle l'est davantage en tant que légume bambergeois que pour elle-même. La BBZ n'est pas identifiée comme une source de valeur ajoutée ni comme un produit ayant des qualités gustatives propres. Dans ces circonstances, les initiatives concernent l'ensemble des légumes bambergeois et non spécifiquement la BBZ. Quant à l'oignon de Toulouges, un projet d'Indication Géographique Protégée (IGP) lancé dans les années 2000 par la Chambre d'Agriculture départementale, des responsables associatifs et des producteurs n'a pas abouti car le contexte n'était pas favorable. L'inscription de l'oignon de Toulouges dans le Catalogue officiel français des variétés ne date que de 2012 et a été faite non pas par des agriculteurs des Pyrénées-Orientales mais par une association nationale de semenciers, basée dans le Lot, les Croqueurs de carottes. Aucun projet de label centré sur ces deux produits n'est aujourd'hui d'actualité.

Enfin, le dernier point a trait au fait que tous les maraîchers ne produisent pas ces écotypes et que tous les restaurateurs ne les utilisent pas en cuisine. La production d'oignons ne se réduit pas à celle de l'oignon de Toulouges ou de la BBZ. Elle est, au contraire, diversifiée entre des oignons jaunes, blancs ou rouges, labellisés en Agriculture Biologique ou non, vendus tendres ou secs. Les deux écotypes s'insèrent au sein de deux bassins maraîchers importants où l'oignon n'apparaît que comme une production secondaire en termes de volume et de surface (cf. Chapitre 3, 2.1).

Le recul de la production et l'absence d'IG et d'une mobilisation collective amènent certains acteurs à penser que les deux écotypes sont menacés de disparition. Les branches locales du réseau international Slow Food<sup>4</sup> ont ainsi reconnus ces deux écotypes comme étant « en danger de disparition » (Slow Food) dans le cadre de leur programme, l'Arche du Goût.

---

<sup>4</sup> Slow Food est une association créée en 1989 qui vise à une alimentation "bon[ne], propre et juste" pour reprendre son slogan. Au travers de plus de 300 antennes locales, elle recense et promeut des produits considérés comme un patrimoine local.



Les productions d'oignons de Toulouges dans les Pyrénées-Orientales et de BBZ dans la région de Bamberg s'apparentent, par conséquent, à ce que François Sarrazin a qualifié de micro-bassin de production, désignant, par-là, les « zones de production relativement développées, où la proximité géographique entre les producteurs est forte mais rattachée à un ensemble beaucoup plus vaste, où l'encadrement technique et la présence des structures de transformation et/ou de commercialisation génèrent un espace de proximité organisée » (Sarrazin, 2016).

Si l'on reprend le lexique de l'économie territoriale, les deux écotypes apparaissent comme des ressources latentes davantage que comme des actifs ou des ressources territoriales. S'ils étaient des actifs, cela signifierait qu'ils sont des « facteurs en "activité" » (Colletis & Pecqueur, 2018), vecteur de valeur ajoutée et de notoriété. De même, s'ils étaient des ressources territoriales, cela signifierait que « le milieu géographique - au sens fort de lieu d'histoire et de culture - va interférer dans la valeur de ce qui est produit » (*ibid.*). La BBZ et l'oignon de Toulouges sont, certes, rattachés par leur nom à une ville mais en dépit de cette dénomination locale et au vu du contexte, il paraît délicat de qualifier ces deux écotypes d'actif et de ressource territoriale.

Ne sont-elles pas plutôt des ressources, entendues comme des « facteurs à exploiter, à organiser, ou encore à révéler » (Colletis & Pecqueur, 2005) ? Cette notion de ressource traduit l'implication d'acteurs dans la reconnaissance des écotypes et dans leur perpétuation mais aussi l'absence de collectif institutionnalisé, d'IG et de projet de développement formalisé autour des écotypes. Ces derniers forment « une réserve, un potentiel latent ou virtuel » (Colletis & Pecqueur, 2018) qui n'est pas pleinement activé.

## **1 OBJECTIF ET HYPOTHÈSE DE RECHERCHE**

Or, entendues de cette manière, les ressources semblent paradoxalement peu documentées par la recherche. Elles sont, certes, au fondement de l'économie territoriale mais ce sont plutôt les ressources activées, territoriales et spécifiques qui sont le sujet de publications (Colletis & Pecqueur, 1993 ; François, 2008 ; Janin *et al.*, 2015 ; Ambrosino & Buyck, 2018 ; Colletis & Pecqueur, 2018).

Une étude sur les écotypes locaux dépourvus de labels offre l'opportunité d'approcher ces ressources qui ne sont pas ou peu activées. Le but de la thèse est, de ce fait, de proposer, de

discuter et de mettre en œuvre une méthode permettant d'étudier ces éléments, de manière alternative, le parti pris étant de suivre une méthode compréhensive (Charmillot *et al.*, 2007 ; Alarcon, 2018). Cette approche issue de la sociologie et de l'anthropologie, de plus en plus utilisée en géographie (*ibid.*), consiste à rechercher le sens conféré par les acteurs à leurs actions, à des objets et à des phénomènes. La saisie de ce sens passe alors par l'analyse des discours tenus par les acteurs, notamment lors d'entretiens compréhensifs. Elle se distingue d'une lecture hypothético-déductive qui prévaut en économie territoriale et qui aborderait ces écotypes à partir de grilles ou de concepts déterminés *a priori*. Il ne s'agit donc pas d'étudier les productions d'oignons à partir de la notion de ressource territoriale mais de se focaliser sur les discours des acteurs pour ensuite construire une analyse.

Une telle approche est d'autant plus pertinente dans une comparaison car elle évite l'utilisation de concepts issus d'un pays ou d'une langue en particulier et prend appui sur la manière dont les acteurs qualifient eux-mêmes des objets ou des activités.

Dans ce cadre, la thèse s'organise, concrètement, autour de deux questions : pourquoi tous les acteurs de la filière impliqués dans la production d'oignons ne choisissent pas ces écotypes ? Pourquoi ne s'engagent-ils pas dans une démarche collective en vue de les valoriser et de les protéger ? Le ton pourra paraître provocateur ou naïf. Il s'agit bien plutôt de s'appuyer sur une posture fréquemment observée durant les entretiens et dans les lectures bibliographiques qui tend à valoriser les produits de terroir et les IG (Tekelioglu *et al.*, 2009 ; Senil *et al.*, 2014 ; Millet, 2017 ; Nozieres-Petit & Lauvie, 2018). Ils bénéficient pourtant d'une image positive et valorisée, contrairement à des productions inscrites dans des circuits longs, perçues comme plus standards et communes. Tout se passe comme s'il fallait, à tout prix, s'orienter vers un écotype local, participer à sa protection et élaborer une IG. Sans préjuger de sa pertinence, je reprends volontairement ce point de vue pour formuler les questions qui serviront de fil directeur à ma thèse. Pour le dire autrement, il s'agira de comprendre le choix ou non de ces écotypes locaux par les acteurs impliqués dans la filière de l'oignon.

L'objectif est de **questionner la signification accordée à l'oignon par les acteurs concernés, dans les deux pays, directement et indirectement par sa production afin de comprendre les dynamiques autour des écotypes locaux**. Les acteurs en question sont les producteurs, semenciers, pépiniéristes, distributeurs, restaurateurs, commerçants et tout autre acteur impliqué dans la mise en valeur de ce produit tel que des responsables associatifs, des pouvoirs publics ou des conseillers techniques. La plupart des études

compréhensives sur des thématiques agricoles sont restreintes aux agriculteurs ou, du moins, aux acteurs agricoles (Alarcon, 2018 ; Kazic, 2022 ; Javelle, 2023) : cette approche élargie constitue une originalité de la thèse.

Je fais l'hypothèse que questionner la signification accordée à l'oignon permet de mieux comprendre les dynamiques autour des écotypes locaux dépourvus de label. Pour chaque acteur, **la production d'oignons revêt plusieurs significations d'ordre sensible, économique, social et territorial. L'importance variable accordée à ces significations permet de comprendre l'orientation ou non vers un écotype local** et la motivation à en assurer le maintien.

La signification est dite sensible si l'acteur associe l'oignon à des perceptions sensorielles, à des observations, à des sensations et à des émotions. La mention d'une large sphère d'acteurs, de leurs interactions et des normes qu'ils véhiculent témoigne de la signification sociale accordée à l'oignon. La signification économique se traduit par la présence d'un lexique et de raisonnements économiques. Le fait que l'oignon soit associé à des coûts, un chiffre d'affaires, une rentabilité, une concurrence et une division du travail signale que les acteurs accordent une signification économique à l'oignon. Enfin, la signification territoriale se manifeste par l'usage de termes se rapportant au territoire et au patrimoine : un lexique qui sera qualifié de « langage patrimonial » pour reprendre l'expression de Oulebsir et de Swenson (2015). Elle se manifeste, en outre, par l'importance donnée aux IG et à la défense de produits reconnus comme spécifiques à une aire géographique (Pouzenc *et al.*, 2007).

## **2 PRÉSENTATION DU PLAN DE LA THÈSE**

Pour discuter cette hypothèse, j'opérerai en trois temps, correspondant aux trois parties de la thèse.

Dans un premier temps, le but est de faire de l'oignon un objet de recherche. Après avoir exposé et contextualisé les principaux termes de cette étude, à savoir, les légumes, le maraîchage et les oignons, le cadre méthodologique fondé sur une approche compréhensive et comparative sera explicité et justifié avant que ne soient présentés les terrains d'étude.

Dans une deuxième partie, je propose une première lecture compréhensive et montre que l'oignon, sa production, sa commercialisation et sa consommation revêtent des significations plurielles, à la fois sociales, économiques et sensibles. Je m'inscris, en cela, dans le

prolongement des travaux de Margaux Alarcon qui examine, dans sa thèse, l'hypothèse que « dans le cadre de l'agriculture marchande, et dans des paysages dominés par des modes de culture intensifs, les relations à la nature des agriculteurs·trices, et particulièrement leurs relations aux plantes, se définissent par une tension entre des relations productives et économiques [et] le souci de prendre soin des plantes et par l'attention aux mécanismes écologiques, et notamment les interactions entre espèces » (Alarcon, 2018). L'analyse des discours confirme cette tension entre ce qui est qualifié ici de signification économique et sensible. J'approfondis l'analyse pour montrer que l'oignon revêt également une signification sociale et que ces trois registres de sens sont moins en tension qu'en permanence entremêlés dans les discours.

Néanmoins, cette lecture ne permet pas totalement de comprendre le choix ou non d'un écotype local et, *a fortiori*, les différentes pratiques culturelles et culinaires des acteurs et leurs potentiels différends. Je propose donc une autre lecture et examine dans quelle mesure la production d'oignons revêt une « signification territoriale ». Cette dernière s'avère plus clivante et n'est pas partagée par tous les acteurs : sa mise en évidence permet de comprendre des lignes de partage entre les acteurs enquêtés et éclaire le choix d'un écotype local.

### **3 DE L'IDÉE AU SUJET**

« Le travail d'écriture efface généralement les aspérités de la recherche et donne à voir un résultat final qui semble aller de soi » (Gervasoni, 2021) : le rendu final vise à témoigner d'un cadre méthodologique et conceptuel cohérent. Pourtant, en trois ans, ce dernier a connu des évolutions sur lesquelles il me paraît important de revenir en introduction.

C'est l'histoire d'un sujet qui a émergé au milieu d'une piscine, un après-midi du printemps 2020 tandis que je terminais mon Master de Géographie & Aménagement à l'Université Clermont-Auvergne dans le parcours DYNTAAR, spécialisé sur les espaces ruraux et l'agriculture.

Parmi les enseignements proposés dans cette formation, certains portaient sur la mise en valeur des productions agricoles via la référence au terroir et à l'origine géographique avec, par exemple, les fromages comme le St-Nectaire, la Fourme d'Ambert ou le Bleu d'Auvergne, et les races bovines comme la Salers et la Ferrandaise. Nous étudions comment leur mise en

valeur participaient à la redynamisation d'espaces ruraux et à la renaissance d'identités locales. Mais, le Massif central étant majoritairement une terre d'élevage, le lien au terroir était surtout appréhendé sous l'angle des productions animales. Très peu de place était accordée aux productions végétales et, tout particulièrement, à celles des légumes. Quelques recherches bibliographiques ont ensuite montré qu'en dépit d'un engouement de la société pour les variétés de fruits et de légumes dites anciennes et locales, les enjeux de terroir dans ces productions n'avaient été que très peu analysés en Sciences Humaines et Sociales (SHS). De ce constat, j'ai proposé à Guillaume Lacquement un sujet portant sur ce thème. Nous le présentons à l'École doctorale 544 Intermed en l'intitulant : « La patrimonialisation des variétés végétales anciennes et locales : un levier d'action collective et de construction territoriale ? » ; et remportons une bourse doctorale.

Durant les premiers mois, des lectures et des échanges permettent d'affiner l'objet de recherche et la méthode pour l'appréhender. L'objectif est double : faire correspondre le sujet aux perspectives actuelles de la recherche en SHS sur les thématiques agri-alimentaires et s'assurer qu'il soit suffisamment précis pour être faisable. Pour ces raisons, le parti pris a été de restreindre l'étude au maraîchage, c'est-à-dire à la production légumière professionnelle et marchande. La production fruitière n'est pas la cible de l'enquête, tout comme les jardiniers amateurs et les particuliers. Ce choix s'explique par le fait que le maraîchage et sa filière constituent un objet de recherche en soi avec des acteurs, des dynamiques et des dispositifs propres (Le Gall, 2011). Notons, toutefois, que plusieurs travaux montrent le rôle de jardiniers particuliers et de la société civile dans la sauvegarde d'écotypes locaux (Garçon, 2015 ; Allain, 2019 ; Guiraud *et al.*, 2022).

L'approche s'élargit sur un autre plan : l'étude ne portera pas uniquement sur les variétés anciennes et locales ou, pour le dire autrement, les écotypes locaux. L'attention sera portée sur un produit, l'oignon, quels que soient la variété et le mode de production, conventionnel ou biologique. L'étude concerne les acteurs de la filière « oignon » de la production de semences à la commercialisation et ceux qui gravitent autour comme les pouvoirs publics et les associations : les consommateurs ne sont donc pas enquêtés. Le but de cet élargissement est de saisir la place des écotypes locaux par rapport aux autres oignons cultivés sur les terrains d'étude.

Je pensais, à l'origine, m'appuyer sur le lexique de l'économie territoriale développée, entre autres, par Bernard Pecqueur et Gabriel Colletis depuis les années 1990 et organisée autour

de la notion de ressource. Ce lexique que j'avais appris à utiliser en Master à Clermont-Ferrand et durant un stage de cinq mois au laboratoire Pacte de Grenoble, me semblait très pertinent pour analyser l'émergence de stratégies de développement local et de valorisation du patrimoine. La thèse aurait mobilisé ce cadre conceptuel pour voir si la production de fruits et de légumes accueillait des ressources territoriales identifiées et appropriées.

Sur la base d'une étude de cas, j'aurais étudié des produits s'apparentant à des ressources territoriales, leur contexte d'émergence, les acteurs impliqués et les impacts économiques ou symboliques sur le territoire. Lors de la présentation du sujet à l'école doctorale, j'avais pris l'exemple de l'oignon de Toulouges pour expliciter le concept de ressource territoriale et montrer en quoi cet écotype d'oignon témoignait d'un processus de spécification et d'activation propre à une ressource. Une fois en thèse, je décide de reprendre cet exemple pour en faire un cas d'étude.

Plus encore, je m'oriente vers une étude comparative. Le souhait de mener ce type de démarche apparaît dès la première formulation du sujet et c'est dans la première année que je construis la démarche. Seront comparés des espaces où il existe un écotype local d'oignon dépourvu d'IG. Le choix des Pyrénées-Orientales est apparu comme une évidence : au-delà du fait que la thèse est menée à l'Université de Perpignan, les Pyrénées-Orientales sont une terre historique du maraîchage où est cultivé l'oignon rouge de Toulouges. Après avoir hésité à travailler sur l'oignon de Trébons dans les Hautes-Pyrénées ou sur celui de Tarassac dans l'Hérault, j'entreprends de chercher un écotype local hors des frontières françaises pour ouvrir le questionnement et mettre en application la méthode compréhensive (cf. Chapitre 2, 3.2). Je découvre la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* et décide de la mettre en regard avec l'oignon de Toulouges.

J'entreprends des lectures sur l'économie territoriale en vue d'élaborer le cadre conceptuel de ma thèse. Je note alors que les concepts de l'économie territoriale aident à spatialiser et à historiciser la réflexion et ont une haute valeur heuristique : un sentiment renforcé par le fait que de nombreux chercheurs contemporains utilisent l'économie territoriale pour étudier des thématiques agricoles et alimentaires (Praly, 2010 ; Millet, 2017). L'oignon Violet de Galmi, un écotype local cultivé spécifiquement au Niger avait, *a fortiori*, fait l'objet d'une étude en économie territoriale et avait été qualifié de ressource territoriale (Landel *et al.*, 2014). Les travaux en économie territoriale notent l'importance d'acteurs pivots et de la perspective de plus-value et de développement économique local pour initier et consolider des démarches

de valorisation autour de productions locales (Millet, 2017 ; Sorba, 2018). Toutefois, ces travaux semblent penser la production dans une optique de croissance, de développement local et se focalisent souvent sur des productions ayant acquis une renommée et un label (Millet, 2017). Ces aspects posent question et ce, d'autant plus si l'on considère la tendance au recul des deux productions d'écotypes.

Dans cet ordre d'idée, une lecture au prisme de la ressource territoriale ne permet pas de comprendre le paradoxe qui entoure les productions d'oignons de Toulouges et de BBZ : il y a un attachement à cet écotype de la part des acteurs mais une moindre motivation à s'engager dans sa protection. Il n'y a pas de mobilisation collective en vue d'une labellisation ni même de réseau de producteur. La production tend à se raréfier voire à être considérée comme menacée de disparition. Il est, dans ces conditions, pertinent de se demander pourquoi un écotype local est cultivé. Comment comprendre l'attachement à un écotype local et l'absence de dynamique collective à son propos ? Pour apporter une réponse à ces questions qui constituent le fil directeur de la thèse, je poursuis le travail bibliographique, ce qui m'amène à découvrir un champ de recherche en plein essor, mettant en avant la relation de compassion, de solidarité voire d'amitié nouée par les agriculteurs aux plantes et aux sols qu'ils cultivent : l'attention portée à la plante se fonde sur des perceptions sensibles et suscitent des émotions. Inspirée par la lecture des thèses récentes de Dusan Kazic (2022) et de Margaux Alarcon (2018), j'opère deux principaux changements.

Le premier concerne l'angle d'analyse. La thèse étudiera, à présent, la relation sensible qui relie les acteurs à l'oignon, c'est-à-dire une relation qui s'appuie sur les cinq sens, sur des sensations, des sentiments, des affects et des émotions. L'hypothèse sera la suivante : les acteurs nouent une relation sensible à l'oignon et le choix de cultiver un écotype local se comprend à partir de cette relation sensible.

Le second changement concerne le cadre méthodologique. Suite à des lectures, à des échanges avec des chercheurs et au démarrage de l'enquête, je prends la mesure des limites de la méthode hypothético-déductive promue par l'économie territoriale.

La principale difficulté à choisir d'emblée d'étudier un objet suivant le lexique de la ressource a trait au fait que cela donne à voir une certaine réalité. Le vocabulaire mis en avant par l'économie territoriale diffère alors profondément de celui qui l'est par les enquêtés. Aucun des acteurs rencontrés n'a fait référence à quelconque ressource, territoire ou à une distinction entre ce qui serait de l'ordre du matériel, de l'idéal et de l'organisationnel. À

l'inverse, l'attachement singulier dont témoignaient les interrogés à l'égard de l'oignon de Toulouges, de la tradition maraîchère de Bamberg et de leur activité peinait à transparaître dans une étude qui recourait à l'économie territoriale. À travers un discours volontairement formaté, elle passe sous silence une partie de ce qui joue sur le champ et dans l'assiette avec l'oignon et qui est observé durant l'enquête. Elle agit, pour ainsi dire, comme un filtre qui viendrait sélectionner des éléments pour les traduire dans son propre langage. Cela conduit à forcer le regard du chercheur, d'autant plus lorsque sa connaissance du cadre d'analyse précède celle de son terrain. De même, une approche déductive pourrait peiner à saisir la particularité des ressources qui forment « une réserve, un potentiel latent ou virtuel » (Colletis & Pecqueur, 2018) et qui ne sont pas pleinement activées.

C'est suite à ces remarques et suivant les conseils des membres de mon Comité de Suivi Individuel (CSI) que s'est précisé l'objectif théorique de la thèse. Le travail s'inscrit en économie territoriale et visera à proposer une approche méthodologique alternative afin d'étudier les ressources peu ou pas activées et leur activation ambiguë. Je propose, pour ce faire, une approche plus inductive. Les approches purement inductives telles que la théorisation ancrée (Paillé, 1994) ou la *Grounded Theory* (Glaser & Strauss, 1967) sont très intéressantes mais se sont révélées trop ambitieuses « en raison du peu de balises pouvant guider la démarche » (Amboise & Audet, 2005 : 98). Lire sur ces méthodes où aucune hypothèse n'est fixée en amont et où le terrain conditionne les résultats du travail a néanmoins permis de découvrir des façons alternatives de mener une recherche en SHS et d'élargir le champ des possibles.

La démarche compréhensive retient alors mon attention. Découverte à la lecture de la thèse de Margaux Alarcon (2018), elle a pour but de saisir le sens conféré par un acteur à un objet, à une action ou à un phénomène. Elle donne, dans cette optique, la parole aux acteurs. Je modifie ainsi mon cadre méthodologique et mon hypothèse de recherche afin d'aborder suivant une approche compréhensive, la relation sensible qui relie les acteurs à l'oignon.

L'enquête de terrain suivant son cours, je perçois que les enjeux économiques sont extrêmement présents dans les discours des interrogés et ce, particulièrement lors de la deuxième partie de mon enquête dans les Pyrénées-Orientales à la fin de l'année 2022. Les questions de la concurrence espagnole, hollandaise et italienne, de la hausse des prix et de l'abandon de l'oignon de Toulouges au profit de variétés jugés plus rentables et bon marché devenaient centrales. J'ai, de plus, constaté, au fur et à mesure de l'avancée des entretiens,



que la situation de l'Agriculture Biologique était sujette à inquiétude. En effet, durant les premiers entretiens menés au printemps dans les Pyrénées-Orientales et à l'été 2021 à Bamberg, les interrogés témoignent de l'espoir suscité par l'essor de l'AB et des circuits de proximité consécutifs aux confinements et à la crise sanitaire du Covid. Les habitudes alimentaires sont bousculées si bien que les produits bio, locaux et régionaux paraissent rencontrer un franc succès (Jumel, 2020 ; Agreste, 2023). Dans les Pyrénées-Orientales, des enquêtés relèvent que les Pyrénées-Orientales sont « le premier département bio de France » (Marion, 2020) et estiment que les conversions se multiplient<sup>5</sup>. Aussi les jeunes installés privilégient-ils ce mode de production. Disons que le bio paraissait à la fête en début de thèse mais que la situation s'avérait bien plus morose à l'automne 2022. Je ne peux que constater l'évolution de la situation. La baisse du prix de vente des légumes, la hausse des coûts de production, la diminution de la demande et la difficulté à trouver des débouchés entraînaient la faillite d'exploitations et des « déconversions »<sup>6</sup>. La situation du maraîchage bio dans les Pyrénées-Orientales préoccupait. Au-delà du bio, les maraîchers rencontrés insistent, plus encore qu'en 2021, sur le fait que leurs activités visent, en premier lieu, à les faire vivre, à leur fournir un revenu décent, suffisant pour subvenir à leurs besoins. Plus encore qu'en 2021, l'économie apparaît comme centrale, guidant les choix et les pratiques des acteurs, qu'ils soient maraîchers, distributeurs ou restaurateurs.

Il est difficile de mener une recherche sans prendre en considération ces évolutions conjoncturelles et la prépondérance de l'enjeu économique dans les discours. La relation sensible des acteurs aux écotypes locaux paraissait remise en question ou, du moins, était moins évoquée dès que les activités étaient menacées à court terme par le contexte économique.

Étudier le sens donné à l'oignon et aux écotypes locaux suivant une approche compréhensive implique la prise en compte de cette part d'économie, quand bien même des travaux sur le sujet paraissent l'occulter ou la mettre au second plan (Kazic, 2022). Il s'agit, par conséquent, de souligner le poids des enjeux économiques pour les acteurs sans occulter ce qui se joue au niveau des cinq sens, des perceptions, des émotions lorsque l'on cultive, cuisine et évoque l'oignon. Les entretiens, les échanges informels donnaient, effectivement, lieu à l'évocation

---

<sup>5</sup> D'après les entretiens : M1, M2, M5, C1.

<sup>6</sup> D'après les entretiens : M29, M33, D4, C4.

de souvenirs, de pratiques et de savoir-faire transmis entre pairs et dans la sphère familiale et témoignaient de l'attachement sensible noué à l'oignon et aux écotypes.

Dans ce contexte, j'enrichis mon hypothèse de travail afin d'examiner plus en profondeur l'aspect économique de la signification de l'oignon, en plus, bien sûr, de sa signification sensible et sociale. Ces significations plurielles entrent en tension dans les discours et permettent de comprendre les choix faits par les acteurs en termes de production et de valorisation de l'oignon. Cette hypothèse présente deux intérêts. Elle permet, d'une part, de comprendre, en partie, le choix ou non d'un écotype local. Elle amène, d'autre part, à réinterroger la pertinence d'une opposition binaire entre agriculture conventionnelle et biologique sur le plan du sens donné à l'oignon. Comme l'a montré Margaux Alarcon (2018), il serait en effet simpliste et réducteur de penser que les agriculteurs conventionnels n'accordent qu'une signification économique à l'oignon tandis que ceux en AB accordent une signification plus sensible où la part économique est faible. Le discours de chaque acteur montre moins une opposition qu'une imbrication, un entremêlement entre ces différents registres de sens.

Par cette lecture, il est, toutefois, difficile de mettre en avant le caractère localisé de ces écotypes et de comprendre finement pourquoi tous les acteurs ne s'orientent pas vers ces produits ni ne témoignent d'un attachement à leur égard. De plus, cette lecture ne permet pas de comprendre deux aspects observés durant l'enquête. D'une part, la production d'écotypes locaux est avant tout conventionnelle et que relativement peu d'agriculteurs biologiques s'y engagent. D'autre part, les acteurs scientifiques et techniques et ceux de la distribution engagés dans des circuits longs se disent régulièrement peu concernés par ces écotypes.

Une nouvelle piste s'ouvre durant la préparation d'un article pour la revue franco-allemande *Trajectoires*. Rédigé durant l'année 2022, il questionne la notion de patrimoine et son adéquation pour penser la valorisation d'écotypes locaux des deux côtés du Rhin. Je montre ainsi l'importance de rechercher les équivalents du patrimoine à l'étranger et de les recontextualiser avant de les exploiter dans une comparaison internationale. Cette démarche invite à porter un regard critique sur les concepts et m'amène à considérer que tous les acteurs rencontrés durant l'enquête n'accordent pas de l'importance aux questions patrimoniales. Le « langage patrimonial » (Oulebsir & Swenson, 2015) n'est pas repris par tous les acteurs et, en particulier, par des maraîchers en AB, ce qui révèle des frictions entre

des attentes potentiellement contradictoires vis-à-vis de l'agriculture, entre protection de l'environnement et préservation d'un patrimoine local (Pouzenc *et al.*, 2007), deux projets qui pourraient pourtant se soutenir.

C'est à partir de cette conclusion que je construis la problématique de la thèse et structure son cheminement. Il s'agira, dans un premier temps, d'analyser l'entremêlement de significations sociales, sensibles et économiques donnée à l'oignon dans les discours puis de montrer que d'autres registres de sens interviennent et permettent de comprendre, sous un autre angle, la production d'oignons et d'écotypes locaux. Je discuterai ainsi l'hypothèse d'une signification territoriale qui n'est pas partagée par tous. La tension entre les significations sociales, sensibles et économiques, d'une part, l'inégale signification territoriale, d'autre part, sont des moyens de comprendre le choix de cultiver ou non un écotype local et de s'engager ou non dans sa protection.

La méthode compréhensive autorise la formulation progressive d'hypothèses au fil d'un va-et-vient entre bibliographie et enquête de terrain : cette opportunité aura été pleinement saisie.



**Première partie**

**Faire de l'oignon  
un objet de recherche**

## **PARTIE 1 – FAIRE DE L’OIGNON UN OBJET DE RECHERCHE**

### **INTRODUCTION : MAIS, POURQUOI L’OIGNON ?**

Dans un carnet *Hypothèses* dédié à sa recherche de thèse, Quentin Gervasoni décrit les réactions amusées ou la curiosité des chercheurs à l'évocation de son sujet et c'est vrai qu'il a de quoi étonner : ce doctorant en sciences de l'éducation travaille sur les « mécanismes affectifs et émotionnels en jeu dans la production et la circulation de la franchise Pokémon sur Internet » (Gervasoni, 2021). Or, le texte publié sur *Hypothèses* et consacré à sa thèse porte un titre, pour le moins, détonnant : « Pourquoi étudier des objets futiles ? ». Cette question fait sûrement sourire si l'on repense à des sujets de thèse entendus ici et là. C'est, d'ailleurs, peu ou prou, celle que pose le personnage joué par Jean-Pierre Bacri à sa belle-sœur, Camille, qui s'apprête à soutenir une thèse sur les Paysans-Chevaliers de l'an mil du lac de Paladru.

Dans mon cas, sans me dire que l'oignon était futile, je me posais des questions similaires : pourquoi l'oignon ? Comment justifier d'une thèse à ce sujet ? Je répondais généralement en disant que l'engouement autour du terroir, des variétés anciennes et locales et des circuits courts favorise la mise en valeur de légumes qui sont *a priori* éminemment ordinaires. L'oignon en était un cas typique : il renvoie à la fois à des cultures standardisées et mondialisées et à d'autres plus spécifiques : entre production d'oignons bio et de variétés locales. Étant donné ce contexte, étudier un écotype local tel que l'oignon de Toulouges et la Bamberger birnenförmige Zwiebel étaient, dans ces conditions, pertinent. Toutefois, cette réponse ne me satisfaisait pas pleinement : la présence d'oignons dans les champs et les assiettes des cinq continents et l'existence de variétés locales suffisent-elle à en faire un objet de recherche ?

Ce sont les réflexions de Quentin Gervasoni qui ont apporté des éléments de réponses à mes interrogations. L'enjeu pour l'auteur est de comprendre ce qui constitue un objet de recherche et comment se justifie l'intérêt de son étude. Il distingue ainsi deux intérêts dans une thèse. Le premier est « documentaire » et consiste à apporter des informations sur un sujet peu abordé. Néanmoins, d'après Gervasoni, cette collecte d'informations est insuffisante pour faire de sa thèse un travail scientifique. Il s'agirait même d'un « piège » : documenter la franchise Pokémon et décrypter les raisons de sa lucrativité et de sa pérennité est, certes, intéressant mais où est l'apport du chercheur ? Quelle plus-value apporte-t-il ? Cela

reviendrait, en effet, à « justifier l'intérêt de [s]on objet d'étude sans effort, en particulier s'[il] parle à quelqu'un qui n'a pas grand-chose à faire des considérations de la recherche en sociologie » (*ibid.*), ce qu'il ne considère pas comme « une très bonne justification scientifique » (*ibid.*). Une étude sur l'oignon ne serait donc pas justifiée du fait simplement de sa présence dans les champs et les assiettes du monde entier et du peu d'études à son sujet en géographie.

Aussi, ce piège de l'intérêt documentaire est d'autant plus dangereux lorsque l'on communique sur son sujet auprès de chercheurs. Faire découvrir un objet « futile » ou « de niche » paraît suffire : le lecteur ou le public est satisfait d'avoir appris des choses sur un sujet dont il ignorait l'existence ou dont il n'avait que de vagues connaissances. La difficulté vient du fait qu'ils peuvent « passer à côté d'imprécisions [...] ce qui ne favorise pas la progression » (*ibid.*). J'ai pu avoir cette même impression lorsque j'indiquais que mes communications avaient pour thème l'oignon et que je présentais les oignons de Toulouges et de Bamberg. Des têtes se redressaient et des sourires pointaient sur les visages. Le capital « sympathie » de l'oignon et la curiosité qu'il suscitait n'ont, d'ailleurs, pas été sans aide pour capter le public. Ces marques de curiosité ne suffisaient, pourtant, pas à en faire un objet d'étude scientifique.

Gervasoni fait alors une distinction stimulante entre l'intérêt documentaire, vecteur d'illusions, et l'intérêt théorique, qui est ce qu'il faut véritablement viser. Il réside dans la problématique et dans le cadre méthodologique et conceptuel. Autrement dit, aucun objet n'est, en soi, futile pour la recherche à partir du moment où son étude se positionne par rapport à des concepts et à des thématiques qui intéressent la sphère scientifique. Gervasoni relie, dans cette optique, Pokémon aux *game studies* et à la sociologie en abordant les questions d'émotions collectives et de communautés.

Mettre en évidence l'intérêt théorique d'une étude sur l'oignon consiste, par conséquent, à le positionner au sein de la géographie et des sciences sociales et à le relier aux thématiques de recherche contemporaine. Dans ma thèse, l'intérêt théorique d'étudier l'oignon est lié ici aux méthodes, aux concepts utilisés pour le saisir et aux thématiques auxquels il est relié (cf. Tableau 1).

Tableau 1 De l'intérêt théorique d'étudier l'oignon

Faire de l'oignon un objet de recherche :
---

Par la méthode	Approche compréhensive Approche comparative Cartographie
Par les concepts	Économie territoriale : ressource, ressource territoriale, territoire Représentations Perceptions Pratiques
Par la thématique	Travaux sur la territorialisation, l'écologisation <sup>7</sup> de l'agriculture et de l'alimentation
Réalisation : Jaume, 2022	

## PLAN DE LA PARTIE

Cette première partie explicite ces éléments. Un premier chapitre donne des éléments de définition et de contexte sur les légumes et l'oignon et montre comment ils sont appréhendés par les Sciences Humaines et Sociales.

Un deuxième chapitre présente le cadre méthodologique et, en particulier, les méthodes compréhensives et comparatives mobilisées.

Enfin, un troisième chapitre présente les terrains d'étude en recourant aux notions de bassin et de micro-bassin de productions forgées par François Sarrazin (2016).

Cette partie s'appuie sur des articles, des thèses de doctorat et des ouvrages, se rattachant principalement à la géographie mais aussi à la sociologie, à l'anthropologie, à l'économie, à l'agronomie et à l'ethnobotanique. L'agriculture et l'alimentation étant étudiées par

---

<sup>7</sup> L'écologisation correspond à « la prise en compte croissante des enjeux environnementaux dans les politiques et les pratiques agricoles (Alarcon, 2018) ». Apparue dans les années 2000, elle est devenue une expression quasiment consacrée par la recherche (Barbier & Goulet, 2013 ; Mzoughi & Napoleone, 2013 ; Perrier, 2014 ; Candau *et al.*, 2018 ; Chakroun, 2020 ; Alarcon, 2018 ; Barthélémy *et al.*, 2020 ; Brives *et al.*, 2020 ; Scheromm *et al.*, 2020) puis par les pouvoirs publics, dans le cadre de la Politique Agricole Commune (PAC) de l'UE (Alarcon, 2018). Les pratiques culturelles favorables à une dynamique d'écologisation sont multiples : réduction des intrants chimiques, refus des OGM, plantation d'arbres et de haies, maîtrise de l'irrigation, association et rotation des cultures, utilisation d'engrais verts, etc. (Alarcon, 2018). L'écologisation se veut un concept général qui englobe des modèles de production potentiellement opposés (Bui, 2015) tels que l'agriculture biologique, la biodynamie, l'agroécologie, la permaculture, l'agriculture de conservation, l'agriculture raisonnée et l'agriculture à haute valeur environnementale (HVE).

l'ensemble des SHS, il est pertinent d'adopter une démarche pluridisciplinaire pour élaborer la construction du cadre méthodologique et conceptuel de la thèse.

Les textes sont le fruit d'auteurs français, britanniques, allemands, autrichiens, italiens et américains et ont été obtenus par des recherches sur les catalogues de Persée, Cairn, Open Editions, HalSHS, ResearchGate, Google Scholar et de l'Université de Perpignan. Les revues les plus utilisées sont Méditerranée, L'Espace Géographique, Belgeo, Pour, Journal of Rural Studies et Sociologia Ruralis. Les thèses de Lucile Garçon, Dusan Kazic, Margaux Alarcon et de Pierre Guillemin ont également été d'un apport déterminant. Le travail bibliographique a été mené tout au long de la thèse afin de suivre l'évolution de la recherche contemporaine et de mettre en perspective les résultats de mon enquête. Un point d'honneur a été mis à privilégier les publications en libre accès : pour des raisons pratiques et avec la conviction que c'est en partageant les travaux que la recherche, dans sa globalité, progresse.

Outre les publications scientifiques, ce chapitre introductif est alimenté par des sources complémentaires :

- Les médias audiovisuels nationaux et régionaux que sont la presse, la radio et la télévision. Le portail Europresse a donné accès aux articles de presse en lien avec l'oignon, publiés par l'Indépendant, France Bleu Roussillon, le *Fränkischer Tag*.
- Des publications spécialisées : la revue Fruits oubliés et le Journal d'agriculture traditionnelle et de botanique appliquée (JATBA).
- Des documents institutionnels et techniques : ils consistent notamment en des rapports sur l'agriculture et la production d'oignons publiés par des organismes de statistiques et de conseil technique. La Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales et son équivalent bavarois, la *Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau* (LWG, Institut bavarois de la viticulture et de l'horticulture) et la *Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft* (LfL, Institut bavarois de l'agriculture).
- Les entretiens, les observations et les échanges informels ayant eu lieu durant l'enquête.



# CHAPITRE 1 : LÉGUMES ET OIGNONS : QUEL SENS EST-IL DONNÉ À CES PRODUITS ?

Ce chapitre apporte des éléments de définition et de cadrage sur la production et la consommation de légumes et d'oignons. Il a une fonction documentaire mais aussi théorique dans la mesure où il replace l'étude dans le champ des recherches en SHS sur l'agriculture et l'alimentation et justifie le recours à une méthode compréhensive.

Une première partie porte sur les légumes et le maraîchage. Elle définit ces termes, apporte des éléments de contexte quant à leur production et leur consommation.

La deuxième partie se focalise sur l'oignon. Elle le décrit d'un point de vue biologique et agronomique et contextualise sa production et sa consommation. Elle aborde ensuite la place de l'oignon dans l'alimentation, la culture, la médecine et dans la recherche. Ce portrait éclaire les propos tenus durant les entretiens et l'analyse des résultats. Il montre que l'oignon est entouré de pratiques et de représentations sociales qui influencent le sens qui lui est donné. Ces éléments justifient ainsi l'analyse des significations économiques, sociales et sensibles accordés à ce produit.

Comme l'enquête porte sur l'oignon en général, quelle que soit la variété, ce portrait porte sur ce légume et non pas uniquement sur l'oignon de Toulouges et la Bamberger birnenförmige Zwiebel (BBZ). Les deux écotypes seront présentés ultérieurement (cf. 2).

## 1 LÉGUME ET MARAÎCHAGE : ÉLÉMENTS DE CADRAGE

### 1.1 DÉFINITIONS

#### 1.1.1 Le légume

Selon le Centre national de ressources textuelles et lexicales (CNRTL), le légume désigne une « plante potagère dont une partie au moins (racine, bulbe, tige, feuille, fleur, graine, fruit) est utilisée pour l'alimentation humaine » (CNRTL).

Étymologiquement, il provient du mot latin *legumen* qui désigne « ce qu'on cueille » et qui est lui-même issu du verbe *legere* qui signifie cueillir, ramasser (Michel, 2003). *Legumen* devient *lesgum* en ancien français et renvoie alors spécifiquement aux légumineuses (Birlouez, 2020 : 14), c'est-à-dire aux « plantes dont le fruit est une gousse » (CNRTL). Ce sens prévaut

jusqu'au XVII<sup>e</sup> siècle avant de s'élargir pour englober « l'ensemble des produits des jardins maraîchers » (Michel, 2003) et d'acquérir son sens actuel.

Il existe aujourd'hui plusieurs définitions du légume. En botanique, le légume se caractérise par le fait qu'il ne porte pas en lui ses propres graines à la différence du fruit (Pennington & Fisher, 2009). En cuisine, les légumes sont définis par leurs goûts « moins sucrés ou acidulés que les fruits et par leur mode de consommation « sous forme de salades, de plats d'accompagnement cuisinés et de hors-d'œuvre » (*ibid.*). Ces deux définitions peuvent être contradictoires : que faire du maïs, de l'aubergine, de l'avocat, de la courgette, du melon et de la tomate ? Pour pallier cette difficulté, Autissier (1994) et Le Gall (2011) se réfèrent à la périssabilité et au rythme de culture des légumes : ces derniers sont « des plantes annuelles ou pérennes, des produits périssables à très court terme (salade, par exemple) ou moyen terme (pommes de terre) » (Le Gall, 2011). Bien que le critère change, la définition proposée reste relativement floue.

Si l'on se tient aux définitions qui prennent comme critères la présence d'une partie comestible, l'absence de graines, la périssabilité du produit, son goût, la localisation de la production dans un jardin maraîcher, il est difficile de dire si tel ou tel aliment est un légume ou un fruit.

Il est donc pertinent de recourir à des typologies pour définir le légume.

Dans cette optique, il est d'usage de distinguer les légumes frais si « les feuilles, les fleurs, les tiges ou les racines se consomment peu après la cueillette », secs s'il s'agit de « graines alimentaires pouvant se conserver longtemps », verts si la partie comestible est verte et primeur s'ils sont produits tôt. Mais, il existe d'autres classifications. Jusqu'au X<sup>e</sup> siècle, l'oignon avec l'ail, le chou et le navet relèvent des *aigrum*, en référence à leur aigreur, tandis que la salade a pu relever des « herbages » et les courges, les artichauts et les concombres des « fruits potagers » (Michel, 2003). C'est au XVIII<sup>e</sup> siècle que les systèmes de classification des légumes se structurent. Les légumes sont qualifiés suivant leur partie comestible (la feuille, la racine, la graine, le fruit, la fleur, la tige, etc.) (Le Gall, 2011 ; Birlouez, 2020 : 14), leur espèce ou leur mode de consommation (légumes secs ou verts, salade) (Michel, 2003).

Le secteur agroalimentaire s'appuie sur une typologie qui les différencie suivant le niveau de transformation (Guillemin, 2020) :

- La première gamme : les légumes frais,

- La deuxième gamme : les conserves,
- La troisième gamme : les surgelés,
- La quatrième gamme : les légumes crus, prêts à être consommés,
- La cinquième gamme : les légumes cuits sous vide, prêts à être consommés,
- La sixième gamme : les légumes déshydratés (*ibid.*).

Citons enfin la typologie présente dans le Recensement Agricole et le Registre Parcellaire Graphique.

Le groupe de cultures des « légumes-fleurs » se compose de 50 éléments (IGN & Agence de Services et de Paiement, 2018). À côté des fraises, des plantes horticoles et des pommes de terre, figurent 36 catégories se rapportant aux légumes. Les libellés sont très hétérogènes : tantôt, ils regroupent plusieurs légumes (« Concombre, Cornichon » ; « Courgette, Citrouille »), tantôt, ils désignent une variété spécifique (« Cresson alénois de 5 ans ou moins ») ou encore un mode de production (« culture sous serre hors sol »).

Ces typologies donnent ainsi des définitions variables du légume. De plus, malgré ce souci de classification, des incertitudes demeurent pour des légumes : la tomate et le melon sont-ils des fruits (Conseil de l'Information sur l'Alimentation en Europe, 2020) ? Où ranger les tubercules que sont la pomme de terre, le manioc et la patate douce ? L'oignon et l'ail sont-ils des condiments comme la ciboulette et l'échalotte ou des légumes ? Aussi, le débat reste-t-il ouvert pour les champignons, les courges et les légumineuses (Birlouez, 2020 : 13).

Pour la suite de ce travail, nous retiendrons la définition du CNRTL proposée au début du chapitre et ce, pour le sens large qu'elle donne à la notion de légume.

### **1.1.2 La production légumière et le maraîchage : enjeux de définition**

L'oignon étant un légume, sa production peut à la fois être qualifiée de légumière et de maraîchère. Mais que signifient ces deux termes et quelles sont leurs différences ? Il convient de revenir sur les définitions qui en sont donnés avant de préciser celle qui sera privilégiée durant la thèse.

Étymologiquement, le terme « maraîchage » est dérivé du mot marais, compte tenu que les légumes étaient fréquemment cultivés sur des marais asséchés, à proximité des villes. Si le substantif « maraîcher » et l'expression « cultures maraîchères » sont mentionnés dès le XVIIe siècle, il faut attendre la fin du XIXe siècle pour qu'émerge le mot « maraîchage » (CNRTL).

Ce dernier se pratique en plein champ ou sous abris, qu'il s'agisse de serres, de tunnels plastifiés ou de multi-chapelles. Les légumes visent à être consommés directement, en frais, ou après avoir subi une transformation (Guillemin, 2020). Ils sont vendus, dans ce cas, sous la forme de conserves, de surgelés, sous vide ou déshydratés (*ibid.*).

Le maraîchage s'inscrit dans l'agriculture marchande, c'est-à-dire un « type d'agriculture intégré à l'économie, dont la production vise essentiellement à être vendue, soit pour la consommation humaine, soit pour l'alimentation animale, soit pour l'industrie (Scheromm *et al.*, 2014) » (Alarcon, 2018 : 105). Une production marchande remplit une fonction productive et commerciale : la production est destinée à être vendue à la population afin de la nourrir (Le Gall, 2011). Elle se distingue, en cela, d'une « agriculture réalisée à des fins thérapeutiques ou à des fins de loisirs, qui ne comporte pas nécessairement d'objectifs de production, et qui valorise particulièrement des fonctions récréative et sociale » (Alarcon, 2018 : 349).

La thèse porte uniquement sur la production marchande et professionnelle. Seuls les producteurs, les pépiniéristes, les commerçants et restaurateurs exerçant à titre professionnel seront enquêtés. Des membres de la société civile tels que des responsables associatifs intégreront l'échantillon s'ils sont impliqués dans la protection et la valorisation de cette production d'oignons professionnelle. Ce ne sera pas le cas s'ils cultivent uniquement des oignons dans des jardins privés, familiaux ou partagés.

Ce choix s'explique par le fait qu'une production professionnelle et marchande renvoient à des objectifs, des pratiques de culture, des infrastructures et des opérateurs spécifiques : de l'approvisionnement en semences et en intrants jusqu'à la mise en marché (Le Gall, 2011). Les productions de légumes marchandes et non marchandes travaux font, dès lors, l'objet de travaux souvent distincts et, dans ces conditions, le « maraîchage marchand » (Fromageot, 2003) est un sujet privilégié par la recherche en SHS sur l'agriculture.

Le maraîchage fait, néanmoins, l'objet de définitions variables et multiples.

Les dictionnaires généraux en donne une définition tantôt très large, tantôt restreinte. Pour Le Robert, il désigne « la culture des légumes » (Le Robert) tandis que pour le CNRTL, il est la « culture intensive de légumes, généralement localisée aux abords des villes, telle que la pratiquent les maraîchers ». Celle du Larousse est un entre-deux en le définissant comme « la culture intensive des légumes en plein air ou sous abri. »

Dans sa thèse, Julie Le Gall considère comme synonymes « culture légumière » et « maraîchage ». Elle définit ce dernier comme « l'ensemble des activités socio-économiques de production et de commercialisation destinées à en alimenter la population en légumes frais » (Le Gall, 2011) : il renvoie, dans cet ordre d'idée, à l'ensemble de la filière et inclut l'amont et l'aval.

La statistique agricole française propose, pour sa part, deux définitions des cultures maraîchères.

Une première est proposée dans le classement suivant l'Orientación technico-économique des exploitations (OTEX)<sup>8</sup>. Dans la nomenclature, le maraîchage correspond, à la fois, aux « légumes frais, melons, fraises en culture maraîchère de plein air », « aux légumes frais, melons, fraises sous serre » et aux « légumes frais de plein champ ».

Une seconde définition, utilisée pour Recensement Agricole (RA, 2020) et le Registre Parcellaire Graphique (RPG), se fonde sur le critère de l'assolement ou la succession répétée de cultures sur une parcelle. Il s'agit, dans cette perspective, des « parcelles de plein air ou sous abris bas toujours consacrées à des légumes au fil des campagnes » (Agreste, 2021). Cela signifie que toute la production légumière n'est pas du maraîchage.

La thèse reprendra cette distinction entre maraîchage et production légumière. Ce choix également opéré par Pierre Guillemin dans sa thèse (Guillemin, 2020) présente l'intérêt d'offrir une délimitation claire entre deux éléments qui, sinon, font figure de synonyme.

Ces éléments de définition montrent le flou terminologique qui entourent le légume et le maraîchage. Le légume fait l'objet de définitions et, autrement dit, de représentations différentes<sup>9</sup> suivant les acteurs, qu'ils soient botanistes, chercheurs en SHS, consommateurs, agriculteurs ou issu du secteur agro-alimentaire.

Je montrerai, à présent, en quoi le sens donné au légume évolue jusqu'à aujourd'hui et que les légumes sont au cœur de représentations contradictoires. Le retour sur l'évolution de ces

---

<sup>8</sup>L'OTEX désigne la production dans laquelle une exploitation agricole est spécialisée. L'OTEX est calculée à partir de la Production Brute Standard (PBS) d'une exploitation, c'est-à-dire son potentiel de production estimé dans le Recensement agricole. Si la PBS d'une production est supérieure aux deux tiers de la PBS totale, l'exploitation est dite spécialisée dans cette production. Les OTEX correspondent à une nomenclature détaillée en 70 postes.

<sup>9</sup> Le terme de représentation sera mobilisé tout au long de la thèse et associé à ceux de pratiques et de perceptions. La partie 5.3.2 du chapitre 2 amène à les définir et à justifier le choix de les mobiliser.

représentations amènera à présenter la situation contemporaine de la filière légumière française et allemande. L'explicitation de ces représentations permettra de mieux comprendre le sens donné par les acteurs à l'oignon et aux légumes durant l'enquête.

## **1.2 LES LÉGUMES À TRAVERS LES SIÈCLES : DES REPRÉSENTATIONS CONTRADICTOIRES**

L'intérêt pour les légumes remonte à la Préhistoire avec la cueillette puis l'invention de l'agriculture (Burzala-Ory, 2018 ; Birlouez, 2020 : 16). Les *Homo Habilis* qui peuplaient l'Afrique entre 2,5 et 1,5 millions avant J.-C. se nourrissaient de légumes crus sous forme de racines, de feuilles, de bulbes ou des tubercules mais la méfiance était de mise pour identifier les plantes sauvages comestibles (*ibid.* : 15). La maîtrise du feu et de la cuisson vers 400 000 ans av. J.-C. puis la domestication des plantes sauvages et le développement de l'agriculture il y a environ 10 000 ans ouvrent des possibilités (*ibid.* : 18).

Les légumes émergent sur différentes parties du globe et, en particulier, dans les Andes, le Caucase et l'Himalaya et font l'objet de sélections pour être utilisés dans l'alimentation. Ils sont ensuite transportés sur les autres continents au fil des vagues de migrations et des expéditions guerrières, commerciales et savantes (Birlouez, 2020 : 21)

Durant l'Antiquité, les techniques d'irrigation et de production se perfectionnent (Burzala-Ory, 2018). À Rome et en Gaule, le légume a sa place dans l'alimentation quotidienne, qu'il soit cuit ou cru dans une salade (Michel, 2003) : navets, oignons, carottes, panais et choux constituent la potée gauloise, complétée par de la viande de porc. Il est aussi un révélateur d'inégalités sociales : le chou et le navet sont réservés aux élites (*ibid.*) tandis que les fèves, l'ail et le radis noir représentent la « nourriture du pauvre » (Burzala-Ory, 2018).

Au Moyen-Âge, de nouveaux légumes, tels que l'aubergine, les épinards et l'artichaut, déjà utilisés au Moyen-Orient, arrivent en Europe (Michel, 2003). Les jardins potagers et l'étude de la culture des plantes se développent dans les abbayes et les monastères où le végétal est symbole de pureté et de sainteté. Leur place est affirmée par Charlemagne qui dans le capitulaire De Villis, à la fin du VIIIe siècle, dresse une liste de plantes que les domaines royaux doivent cultiver (Birlouez, 2020 : 22), parmi lesquelles figurent les carottes, les navets, choux, poireaux. Ce texte donne, en outre, de précieuses indications sur la structure du jardin potager (*l'hortus*) et sur les légumes de l'époque. Des marais sont asséchés aux abords des villes pour aménager les premières ceintures maraîchères (Michel, 2003).

Cela n'empêche pas les légumes de continuer à souffrir d'une image négative. Jusqu'à la Renaissance, symboliquement, le légume est associé à la terre qui est, dans la « grande chaîne de l'Être » considérée comme le moins digne des quatre éléments (Birlouez, 2020 : 22). Les légumes-bulbes et racines comme l'oignon, l'ail, la carotte et le navet sont vus comme les moins nobles car enterrés à l'inverse des légumes-feuilles et les fruits perçus plus positivement (Michel, 2003). Cette symbolique explique en partie pourquoi les populations aisées et urbaines jugent les légumes peu nutritifs et symboles de pauvreté et leurs préfèrent la viande (*ibid.*). Le désintérêt transparaît dans les livres de cuisine : d'après un relevé effectué par Jean-Louis Flandrin dans des ouvrages des XIVe et XVe siècle, moins de 3% des recettes intègrent des légumes (Flandrin, 1983).

Au XVIe siècle, un tournant s'opère (Burzala-Ory, 2018 ; Birlouez, 2020 : 23) : les légumes sont replacés au cœur de l'alimentation avec une image sensiblement plus positive dans un contexte marqué par l'évolution de la médecine, la maîtrise de nouvelles méthodes de production, l'intérêt croissant pour la gastronomie et l'horticulture et par la découverte de la tomate, du piment, des potirons, de la pomme de terre et de nouvelles espèces venues d'Amérique et d'Asie (Michel, 2003 ; Birlouez, 2020 : 23). L'aristocratie, notamment sous le règne de Louis XIV, estime les légumes primeurs, les asperges et les petits pois comme le signe d'un plat subtil et délicat (*ibid.* : 24). Mais ce regain d'intérêt n'est pas général et reste un objet de mépris ou de moquerie. Les propos de Brillat-Savarin, dans *Physiologie du Goût* en témoigne :

*« Dans l'état de société où nous sommes maintenant parvenus, il est difficile de se figurer un peuple qui vivrait uniquement de pain et de légumes. Cette nation, si elle existait, serait infailliblement subjuguée par les armées carnivores, comme les Indous, qui ont été successivement la proie de tous ceux qui ont voulu les attaquer ; ou bien elle serait convertie par les cuisines de ses voisins, comme jadis les Béotiens, qui devinrent gourmands après la bataille de Leuctres. » (Brillat-Savarin, 1848 : 122)*

Les expressions populaires s'y référant ne sont pas non plus des plus valorisantes (Birlouez, 2020 : 25) : « raconter des salades », « être une asperge », « une courge » ou « faire chou blanc ».

Au XIXe siècle, le légume se démocratise avec l'expansion des ceintures maraîchères autour des villes, l'invention de la conserve, le développement de l'agronomie et de la génétique, l'amélioration des techniques de production et de sélection variétale. La filière se transforme avec la spécialisation de régions dans une production spécifique comme le chou en Bretagne et la salade dans le Roussillon ; et avec l'arrivée de grandes maisons grainières telles que Vilmorin-Andrieux et Truffaut. Ces dernières recensent des variétés et organisent la production de leurs semences à grande échelle (*ibid.* : 25 ; Allain, 2019). C'est aussi à cette époque que le jardinage s'impose comme une activité populaire, favorisé par l'aménagement de jardins dans les cités ouvrières et dans les villes et par la diffusion d'un discours hygiéniste qui fait du légume une garantie de bonne santé (*ibid.* : 25).

Au XXe siècle, le développement des variétés hybrides, des intrants chimiques, de la mécanisation, des transports bon marché, de la grande distribution permet une intensification de la production de légumes et, par là même, une baisse des prix. Les légumes se démocratisent et sont vendus sous des formes multiples : en vrac, surgelés, en conserve ou dans des plats préparés (Burzala-Ory, 2018). Le légume devient une composante clé de l'alimentation quotidienne, mis en avant pour ses qualités nutritives.

La filière se restructure. La production de légumes s'organise autour d'un marché mondialisé fortement concurrentiel (Bignebat *et al.*, 2014 ; Malorgio & Felice, 2014) dans lequel l'Union européenne joue un rôle de premier plan par le poids de ses importations et de ses exportations (*ibid.*). Ces flux à grande échelle de produits standardisés (Bernard de Raymond, 2004) se densifient depuis les années 1980, favorisés par la diminution des coûts de transport, les progrès en matière de conditionnement, de conservation et d'expédition (Malorgio & Felice, 2014) et les différences de coûts du travail (Bignebat *et al.*, 2014).

La production de légumes représente, en 2019, en France et en Allemagne, respectivement, 5 500 et 6 100 exploitations (FranceAgriMer, 2020 ; Destatis. Statistisches Bundesamt, 2020). Elle s'étend sur 216 000 hectares en France contre 128 000 hectares en Allemagne (FranceAgriMer, 2020 ; Destatis. Statistisches Bundesamt, 2020). La France est le troisième plus important pays producteur de légumes en Europe. Les légumes les plus produits, en termes de volume, sont la pomme de terre, la tomate et la carotte. La production de légumes en Allemagne bien qu'inférieure à la France équivaut, tout de même, à 6% des surfaces européennes. Cela la place au quatrième rang derrière l'Italie, l'Espagne et la France.



La grande distribution joue un rôle clé dans l'organisation de la filière : du producteur au consommateur. En court-circuitant les intermédiaires, elle a la possibilité de construire son propre modèle de commercialisation. Il consiste, dans cette perspective, à limiter la segmentation du marché et à avoir ses propres démarches qualité (Praly, 2012 ; Naves, 2016 ; Alavoine-Mornas, 1997 ; Malorgio & Felice, 2014 : 173). Cela amène Malorgio et Félice à dire que le commerce de fruits et légumes repose avant tout sur un « rapport grand producteur-grand distributeur » (*ibid.* : 174). Depuis les années 1970, le légume voit sa spécificité réaffirmée. Pour faire face à la concurrence sur le marché mondial, les filières légumières européennes sont contraintes de se réinventer en assurant une différenciation de leurs produits. Elles revendiquent la « qualité » de leurs produits à travers tant leurs caractéristiques internes (aspect, goût, odeur) que leur mode de production et leur image (Sylvander, 1994 ; Dedeire, 1997). Cette qualité alors est directement associée à l'origine géographique du produit, à son lien avec des traditions et un terroir, à un mode de production respectueux de l'environnement et du cycle des saisons ou à la proximité entre le lieu de production et de consommation. Les stratégies de différenciation par la qualité prennent des formes multiples. Appellations d'Origine Protégée (AOP), Indications Géographiques Protégées (IGP), marques territoriales, cultures de variétés anciennes et locales, Agriculture Biologique (AB), biodynamie, agroécologie (cf. Encadré 1), circuits courts : autant de démarches qui participent à valoriser la production de légumes.

L'agroécologie est entendue comme « l'application des principes de l'écologie à l'agriculture » (Altieri, 1995 ; Alarcon, 2018). Son sens s'élargit pour désigner à la fois un ensemble de pratiques ayant un impact limité sur l'environnement, l'approche scientifique qui étudie ces pratiques et le mouvement social qui les promeut (Wezel *et al.*, 2009 ; Rieutort *et al.*, 2018). Elle émerge en Europe occidentale et dans les Pays du Sud et au Brésil où elle vise à garantir la sécurité alimentaire (Wezel *et al.*, 2009). Les pratiques agroécologiques interviennent à plusieurs échelles : celle de la parcelle et de ses abords, du champ, de l'exploitation, de l'« agroécosystème » et du système alimentaire (*ibid.*). Restée confidentielle jusque dans les années 1970, l'agroécologie est médiatisée par des chercheurs, des groupements d'agriculteurs et des réseaux associatifs comme Nature & Progrès ou Agroecology Europe si bien qu'elle se diffuse dans le monde entier. En Allemagne, elle se traduit par l'agriculture solidaire (solidarische Landwirtschaft, abrégée Solawi) (cf. note de bas de page n°23). L'agroécologie est reprise par les pouvoirs publics, États et collectivités locales, dans des dispositifs de soutien à l'agriculture (Alarcon, 2018) de telle sorte qu'en 2012, un « projet agroécologique pour la France » est lancé par le ministère en charge de l'Agriculture (Lamine *et al.*, 2019).

La biodynamie est un « type de production agricole » (Foyer, 2018) créé dans les années 1920 par Rudolf Steiner, le fondateur de l'anthroposophie. Peu étudiée en SHS (Foyer, 2018), elle consiste à rechercher un équilibre entre le sol et les êtres vivants, animaux et végétaux. Les agriculteurs prennent ainsi en compte les cycles solaires, lunaires et planétaires (Foyer, 2018) et utilisent des préparations à base d'éléments organiques et minéraux pour rendre les sols fertiles et les plantes résistantes aux aléas. Initialement présente dans les pays germanophones, la biodynamie se diffuse dans le reste de l'Europe et du monde, porté notamment par l'association Déméter. Son lien à l'ésotérisme et son rejet de l'agronomie au profit de « savoirs expérimentiels » (Foyer, 2018) nourrissent, par ailleurs, certains fantasmes (Foyer, 2018 ; Compagnone *et al.*, 2016).

L'Agriculture Biologique (AB) est définie dans la Loi d'orientation agricole du 4 juillet 1980 comme une « agriculture n'utilisant pas de produits chimiques de synthèse » (Loi n° 80-502 du 4 juillet 1980 d'orientation agricole, Article 14-III). Sa définition est précisée par l'Union Européenne en 2007 pour désigner « un système global de gestion agricole et de

alimentaire qui allie les meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production respectant la préférence de certains consommateurs à l'égard de produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels » (Règlement CE n°834/2007 du Conseil de l'Union Européenne (UE) du 28 juin 2007). Pour être certifié biologique, un produit doit répondre à des cahiers des charges. Créé en 1985, le label français AB ne s'affirme que dans les années 1990 (Alarcon, 2018). Il est complété voire remplacé en 2010 par le label de l'UE. Le cahier des charges interdit notamment les OGM, pesticides et engrais chimiques de synthèse. Des labels tels que Nature & Progrès, Déméter et, en Allemagne, Bioland et Naturland ont été développés par des associations et des organisations de producteurs et s'appuient sur des critères plus restrictifs (Adda *et al.*, 2015). A l'instar de l'agroécologie, une caractéristique de l'AB est son institutionnalisation (Compagnone & Pribetich, 2017). Des lois, programmes et plans d'action définissent régulièrement, au niveau national et communautaire, des objectifs en termes de surface et de production. Citons, en France, la Loi Grenelle 1 de 2009 et le Programme Ambition Bio 2017 ; et, outre-Rhin, la Zukunftsstrategie ökologischer Landbau (ZöL) (Stratégie d'avenir pour l'agriculture biologique) et le Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) (Programme fédéral pour l'agriculture biologique). Lancés en 2001 et prolongés par la suite, ils visent à porter les surfaces cultivées en agriculture biologique à 30% en Allemagne.

Les légumes deviennent, dans ce contexte, « un nouvel aliment distinctif » (Burzala-Ory, 2018), socialement parlant. Sa consommation est la marque d'un « habitus alimentaire » (Guillemin, 2020 : 27) et révèle des inégalités sociales. Ce sont désormais les populations les moins aisées qui consomment également le moins de légumes (Burzala-Ory, 2018).

Le légume fait, en définitive, l'objet de représentations opposées : il est perçu tantôt comme génériques et relevant de l'alimentation quotidienne, tantôt comme spécifique.

### **1.3 LES LÉGUMES EN GÉOGRAPHIE : UN TRAITEMENT INÉGAL**

Les légumes sont des objets pluridisciplinaires. Avant d'évoquer celles des SHS, notons les contributions de la biologie, de l'agronomie et des sciences de l'alimentation (Tatry *et al.*, 2010). D'après une analyse du Web of Science (WoS) entre 2000 et 2009, les publications

mondiales portent principalement sur la tomate, le pois, la pomme de terre, le haricot et le chou (Tatry *et al.*, 2010). L'enjeu est de trouver des moyens d'améliorer les plantes par la génétique et de lutter contre les maladies, les adventices et les ravageurs (*ibid.*). En France, l'INRAE est à l'origine d'une part importante de ces publications (*ibid.*).

En 1977, la géographe Colette Muller estime que les légumes constituent « une production mal connue » (Muller, 1977 : 128). La revue bibliographie effectuée durant la thèse et l'état de l'art riche et très complet, réalisé par Pierre Guillemin dans sa récente thèse (Guillemin, 2020) montrent, en effet, que la production de légumes est abordée par les SHS et, *a fortiori*, par la géographie depuis les années 1950 mais que les travaux demeurent ponctuels et focalisés sur un nombre restreint de problématiques.

Dans la décennie 1950, l'accent est mis sur les productions en contexte urbain et périurbain. Les analyses concernent les mutations des ceintures maraîchères sous l'effet de l'extension urbaine. La reconfiguration du foncier et des lieux de vente des maraîchers dans l'agglomération parisienne sont, en particulier, documentées (Phlipponneau, 1956 ; Pédelaborde, 1961 ; Guillemin, 2020). Au cours des années 1970 et 1980, alors que la production légumière s'industrialise et s'internationalise, l'attention se porte sur les bassins légumiers d'envergure régionale (Guillemin, 2020 : 62). L'ensemble de la filière est considéré, de la production à leur commercialisation ; et sont questionnés l'évolution de cette filière, son ancrage local, la structure des exploitations qui la composent et les flux nationaux et internationaux qui la structurent. Citons, dans ce cas, des études sur les bassins légumiers du Calvados (Muller, 1977) et du Nord de la France (Vaudois, 2000).

Jusque dans les années 2000, la focale est mise sur les productions conventionnelles, industrialisées et vendues en circuit long, avant que l'angle d'approche ne change au cours des années 2000 dans un contexte de remise en question du modèle productiviste et de promotion du local et de la qualité (Garçon, 2015). En SHS, les travaux contemporains sur les légumes se concentrent sur :

- Les productions en Agriculture Biologique (Samak, 2014 ; Baysse-Lainé *et al.*, 2018 ; Chancé, 2021) ou inscrites dans des modèles tels que la biodynamie et l'agroécologie, revendiquant leur respect de l'environnement et leur opposition à l'agriculture conventionnelle (Navarrete *et al.*, 2012 ; Javelle & Tallon, 2016 ; Javelle, 2023) ;

- Les légumes commercialisés en circuit court (Bressoud *et al.*, 2009 ; Guiraud *et al.*, 2014 ; Naves, 2016 ; Dumont, 2017 ; Lesur-Dumoulin, 2018) et les projets des pouvoirs publics pour promouvoir et structurer ce mode de vente (Loudiyi *et al.*, 2011 ; Perrin & Soulard, 2014 ; Naves, 2016) ;
- Les productions valorisées par des Indications Géographiques (Boutonnet *et al.*, 2008 ; Druguet, 2012) ou reconnues comme spécifiques pour leur origine géographique (Garçon, 2015). Lorsque ce type de valorisation est abordé, les travaux concernent, cependant, moins les légumes que la viticulture et les productions d'origine animale comme la viande et le fromage (Alavoine-Mornas, 1997 ; Pilleboue, 2000 ; Dubuisson-Quellier, 2003).
- Les dynamiques sociales, via l'étude des trajectoires socio-professionnelles des acteurs et de leur appartenance à un groupe social (Le Gall, 2011 ; Paranthoën, 2014 ; Guillemain, 2020). En croisant géographies sociale et culturelle, Julie Le Gall s'intéresse, par exemple, aux migrants boliviens et à leur rôle déterminant au sein du complexe maraîcher de Buenos Aires. Elle étudie au travers de récits de vie leurs parcours individuels, leur arrivée dans la métropole argentine, leur vie actuelle et leur activité dans le secteur légumier. Pierre Guillemain, se réfère, lui, aux études rurales et aux « sociologies des mondes agricoles et ruraux » (Guillemain, 2020) pour analyser le secteur légumier normand et caractériser les acteurs qui le composent, du point de vue de leur sensibilité politique et de leur classe sociale. L'identification de profils-types tels que les « maraîchers paupérisés et dominés » et les maraîchers « créateurs » amène le géographe à discuter l'appartenance des maraîchers à la (petite) bourgeoisie.
- Les flux d'approvisionnement en légumes au sein d'espaces urbains (Le Gall, 2011 ; Guillemain, 2016 ; Gongault, 2020) et le rôle des acteurs intermédiaires, de la logistique, des marchés de gros, des expéditeurs, de la grande distribution et des commerçants (Bernard de Raymond, 2007 ; Malorgio & Felice, 2014 ; Naves, 2016, Guillemain, 2020 ; Chancé, 2021 ; Angeon & Fréguin-Gresh, 2022) ;
- Le rapport des consommateurs aux légumes, l'image qu'ils s'en font, la consommation qu'ils en ont et ce, à l'époque contemporaine (Burzala-Ory *et al.*, 2017 ; Burzala-Ory, 2018 ; Yonli & Ouédraogo, 2023) ou dans une perspective historique (Michel, 2003 ; Pitrat & Foury, 2015).

Du point de vue des espaces étudiés, les travaux sur les légumes concernent avant tout des agglomérations urbaines et des pays des Suds (Guillemin, 2020), notamment, l'Afrique subsaharienne.

Ce panorama visait à replacer la thèse dans le contexte actuel des recherches sur les légumes sans, néanmoins, prétendre à l'exhaustivité. Un état de l'art très complet a été réalisé par Pierre Guillemin dans sa thèse publiée en 2020 et apparaît comme une référence pour qui étudierait la production légumière actuellement.

## **2 L'OIGNON**

### **2.1 UNE APPROCHE PAR LE PRODUIT**

La thèse s'intéresse à l'oignon (*Allium cepa L.*) et, plus précisément, au sens donné à ce légume par les acteurs qui participent à sa production, sa commercialisation et à sa valorisation.

Le fait d'étudier un légume en particulier est motivée pour trois principales raisons. L'approche par un produit est fréquemment plébiscitée en SHS et en géographie pour étudier la mise en valeur de produits agricoles sous AOP ou sous IGP et/ou propres à une aire géographique (Garçon, 2015 ; Millet, 2017). Le choix d'étudier des terrains où sont cultivés deux écotypes locaux d'oignons va dans ce sens. Cela permet, ensuite, d'étudier plus finement le sens donné à ce produit, ce qui serait plus difficile si l'étude portait sur l'ensemble des légumes. Enfin, l'oignon est un légume très communément cultivé et consommé dans le monde et, par là-même, entouré d'une diversité de représentations et de pratiques sociales.

Il constitue, dans ces conditions, un objet de recherche à part entière qui mérite une attention spécifique.

Ce centrage sur un produit n'est toutefois pas sans susciter des critiques qu'il convient de prendre en compte. Il peut, tout d'abord, conduire à ignorer les liens avec les autres produits agricoles quand bien même ils font partie de la même famille d'espèces, peuvent être cultivés à proximité et intégrés dans un même plat. Le maraîchage est dès lors souvent abordé dans sa globalité (Le Gall, 2011 ; Guillemin, 2020). Julie Le Gall estime que l'approche par le produit est peu géographique et l'oppose à une entrée par un territoire. Elle privilégie alors cette dernière dans sa thèse en étudiant le maraîchage à l'échelle de l'agglomération de Buenos

Aires. Selon elle, cela « permet de centrer [s]a recherche non sur les produits, mais sur les dynamiques socio-spatiales » (Le Gall, 2011).

Il est ainsi important de répondre à ces deux critiques. Tout d'abord, bien que l'accent soit mis sur l'oignon, il est difficile de passer sous silence les autres légumes : les acteurs, par leurs activités, sont concernés par l'ensemble des légumes. Dans ce contexte, la thèse mêlera trois niveaux d'analyse : les légumes, l'oignon et les écotypes locaux d'oignon.

Il me semble, de plus, qu'une entrée par le produit n'exclut pas une entrée par l'espace, et, de ce fait, une approche spatialisée et géographique. Cet aspect est pris en compte dans la thèse par l'étude du sens donné à l'oignon par des acteurs impliqués dans les productions d'oignons situées dans la région de Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales.

Présentons désormais l'objet de cette recherche : l'oignon.

Ce portrait a un intérêt documentaire et constitue un préalable à l'étude du sens donné à ce produit par les acteurs rencontrés durant mon enquête.

## **2.2 DÉFINITION**

### **2.2.1 Étymologie**

Le terme « oignon » apparaît au Moyen-Âge. Auparavant, Gaulois et Romains parlent de *caepa* ou *cepa*, ce qui se retrouve dans les mots français ciboule, ciboulette ou cèbe et dans le terme botanique *allium cepa*. Cependant, Junius M. Columella, un agronome du 1er siècle av. J.-C., fait référence à l'*unio* une variété d'oignon (Gaffiot, 2008). Ce terme qui désigne généralement le chiffre « un » ou une union va donner l'*oignon* français. Il s'agit probablement d'une référence au fait que l'oignon est un bulbe unique qui ne se sépare pas en gousse, contrairement à l'ail et à l'échalote. Le terme connaît ensuite plusieurs évolutions : aux XIIe et XIIIe siècles, se côtoient *unniun*, *ungeons*, *oingeons*, *oinun*, *oingnun* (Hess-Halpern, 2018 ; CNRTL). Au XV<sup>e</sup> siècle, le terme prend la forme qui demeure jusqu'en 1990. Cette année-là, les réformes orthographiques de 1990 destinées à supprimer les « graphies non conformes aux règles générales de l'écriture du français » (Druon, 1990) autorisent la suppression du « i » mais la nouvelle graphie n'est pas entrée dans l'usage commun (Conge, 2017) et continue de susciter des débats (Vitoux, 2017).

### 2.2.2 Description botanique

En botanique et suivant la classification APG III de 2009, l'oignon se rattache à la famille des Amaryllidacées, des plantes herbacées ayant généralement des feuilles caduques, un bulbe et une fonction ornementale ou alimentaire (Nana, 2016). Cet ensemble regroupe, en plus de l'oignon, les tulipes, les lilas, les jacinthes, l'asperge, l'ail, le poireau. Parmi les plus de soixante-dix genres que compte la famille des Amaryllidacées, celui des *Allia* regroupe l'ail, le poireau et l'oignon. L'oignon porte ainsi le nom d'*allium cepa L.*

Tableau 2 Description botanique de l'oignon suivant la nomenclature APG III (2009)

Règne	Plantes
Sous-règne	Trachéophytes
Division	Angiospermes
Classe	Monocotylédones
Sous-classe	<i>Liliidae</i>
Ordre	Asparagales
Famille	Amaryllidacées
Genre	<i>Allium</i>
Espèce	<i>Allium cepa L.</i>
Source : Tela Botanica	

### 2.2.3 Description agronomique : morphologie, croissance et reproduction

Du point de vue morphologique, l'oignon se caractérise par un unique bulbe constitué de couches superposées teintées de rouge, de jaune ou de blanc. Ses feuilles sont vertes et creuses. Leur nombre et leur taille varient suivant les variétés. Les racines sont peu profondes. Ses fleurs petites et très nombreuses forment une ombelle sphérique. Feuilles et bulbes sont comestibles.

Illustration 3 Ombelles de Bamberger birnenförmige Zwiebel (Jaume, 2021)

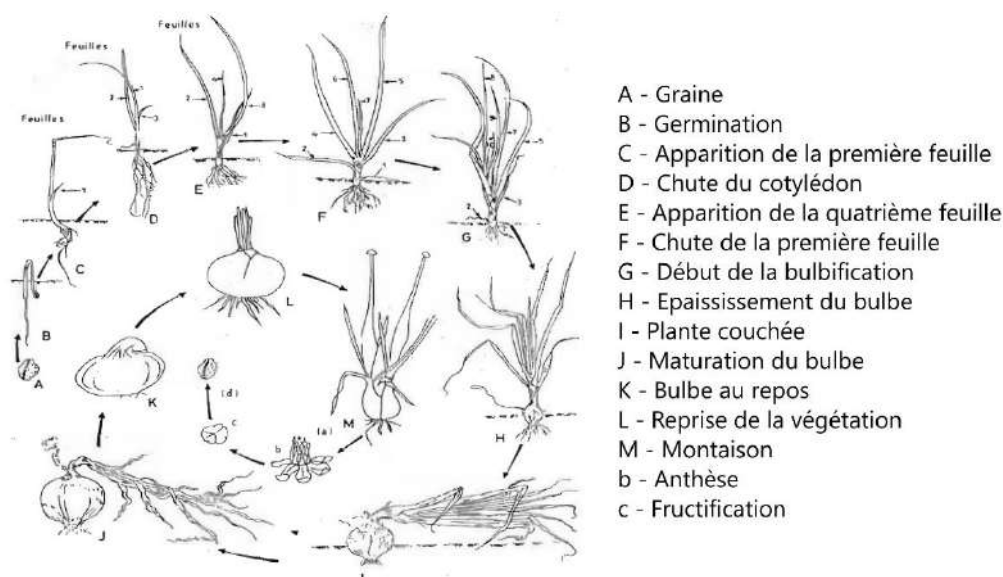




L'oignon se compose d'eau à hauteur de 90%, de protéines, de calcium, des vitamines A, B, C et E, de soufre et de la molécule d'allicine : ce sont ces deux derniers éléments qui lui donnent son goût et son odeur caractéristique dès qu'il est fendu (Dossa, 2018). Cette composition motive également son utilisation par la médecine. L'oignon est utilisé comme anti-inflammatoire, anti-oxydant et dans des traitements contre l'asthme, le diabète, le cholestérol.

Du point de vue de son cycle de développement, l'oignon germe après avoir été planté et son bulbe grossit. Il se dote de premières feuilles qui s'assèchent au fur et à mesure que d'autres apparaissent. Après avoir atteint son stade de maturité maximal, l'ensemble des feuilles s'assèchent et se couchent. Le bulbe est récolté pour être consommé. S'il est conservé pour la production de semences, l'oignon entre dans une phase de repos avant d'être replanté et que de nouvelles feuilles ne poussent. Il s'en suit la phase de montaison puis de floraison ou d'anthèse qui permet la récolte des graines et, à terme, la culture de nouveaux oignons (Nana, 2016). L'oignon est généralement une plante bisannuelle, c'est-à-dire qu'elle monte en graine lors de la deuxième année de culture. Il existe des exceptions à ce cycle bisannuel : certaines montent en graine dès la première année (Assane Dagna, 2006) et d'autres telles que la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* ne le font qu'à la troisième année.

Figure 3 Cycle bisannuel de l'oignon



NB : les chiffres indiquent le rang des feuilles produites après le cotylédon  
 Sources : Kane, 1997 ; Nana, 2016  
 Mise en page : Jaume, 2023

Dans une production agricole, la plantation prend trois formes : le semis direct, la plantation de plants préparés en pépinière ou la plantation de bulbilles (Tarpaga, 2012). Du fait de ses racines peu importantes, de sa sensibilité à l'humidité, l'oignon est cultivé dans des sols souples, légers et aérés. De plus, comme l'oignon a un feuillage réduit et un faible pouvoir couvrant, il peut être planté sur un paillage plastique noir afin de limiter l'enherbement (Singer & Arrufat, 2008) (cf. Chapitre 4, 4.1). L'irrigation doit être maîtrisée : un arrosage excessif entraîne des risques de maladies liées à l'humidité et réduit la conservation de l'oignon tandis qu'un manque d'eau le rend plus piquant, ce qui peut le dévaloriser et rendre difficile sa commercialisation (Tarpaga, 2012 ; Nana, 2016).

L'oignon présente une grande diversité variétale. En décembre 2022, les catalogues officiels français, allemands et européens compte respectivement 51<sup>10</sup>, 169 et 950<sup>11</sup> variétés inscrites. Les oignons se distinguent suivant :

- Leur forme plate, oblongue, piriforme ou sphérique,
- Leur couleur jaune, rouge ou blanche,

<sup>10</sup> Voir la « Base Variétés » de SEMAE (Groupement national interprofessionnel des semences et plants) sur le site Internet de SEMAE et accessible par le lien suivant : <https://www.semae.fr/catalogue-varietes/base-varietes-gnis/>

<sup>11</sup> Voir le « Common Catalogue Information System » sur le site Internet de la Commission Européenne et accessible par le lien suivant : <https://ec.europa.eu/food/plant-variety-portal/>

- Leur calibre,
- Leur mode de consommation : en oignon sec, en oignon jeune s'il est consommé avec des feuilles vertes, ou sous des formes transformées, en poudre ou en conserve (OCDE, 2012),
- Leur goût doux, sucré ou piquant,
- La fermeté de leur peau,
- Leur rendement,
- Leur conservation (Pareek *et al.*, 2017).

Pour répondre à la demande mondiale et augmenter les rendements, l'oignon a fait l'objet de nombreuses créations variétales depuis le XIXe siècle (van der Meer, 1990 : 6 ; LfL, 2020). De cette époque datent des types très communs actuellement comme le *Stuttgarter Riesen*, le *Braunschweiger Dunkelrote* ou le *Zittauer Gelbe* (LfL, 2020). En 1996, van der Meer estime à un millier le nombre de variétés d'oignons (van der Meer, 1990 : 6). Cependant, lorsque les cultures sont destinées à l'exportation, c'est un nombre réduit de variétés, qui prévalent. Elles sont, pour la plupart, hybrides et sélectionnées pour leur adaptation aux conditions pédoclimatiques, aux maladies, leur conservation ou leurs qualités organoleptiques (Pareek *et al.*, 2017). À côté de ces variétés standardisées, demeurent des écotypes locaux qui sont reproduits par chaque agriculteur ou spécifiques à une région. Ils prévalent notamment là où la production est destinée à la consommation locale (van der Meer, 1990 : 6).

## **2.3 L'OIGNON : UNE PRODUCTION AGRICOLE INSÉRÉE DANS LA MONDIALISATION**

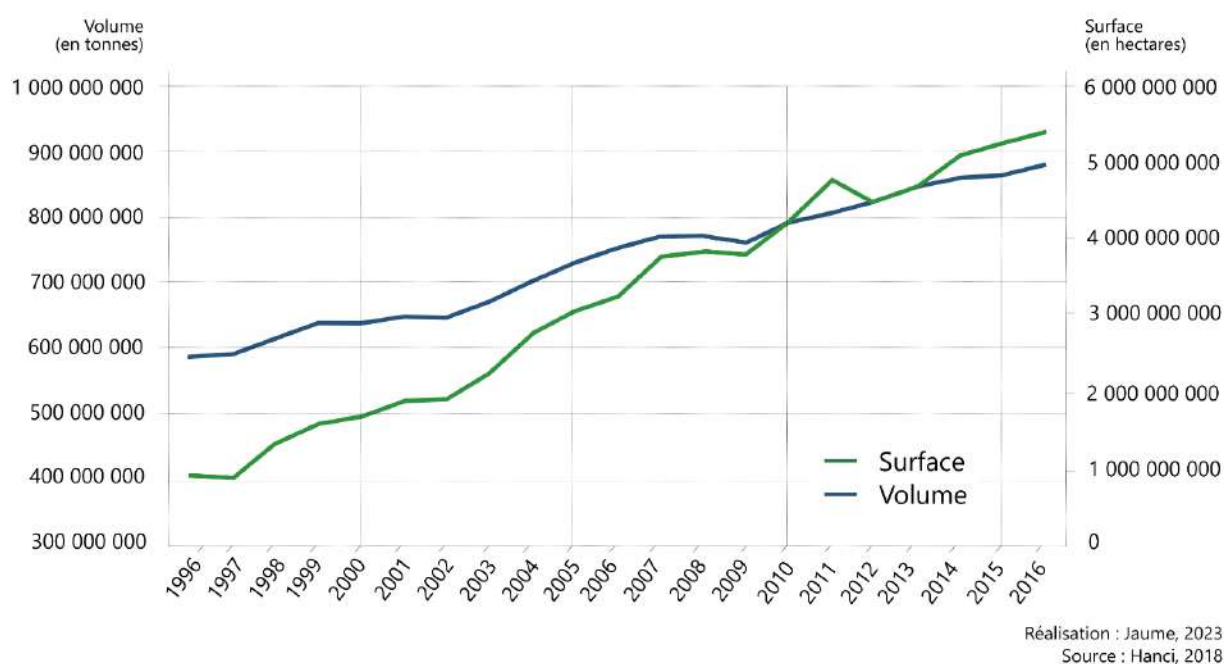
### **2.3.1 La production d'oignons**

#### **2.3.1.1 Dans le monde**

L'oignon est cultivé et consommé dans plus de 175 pays (D'Alessandro & Soumah, 2008 ; Abdoukadi *et al.*, 2019) et ce, à toutes les latitudes, du cercle polaire à l'équateur (van der Meer, 1990 : 1). Les auteurs, écrivant à propos de l'oignon, usent de superlatifs pour décrire sa notoriété. Pour van der Meer (1990), par exemple, « le bulbe d'*A. cepa* semble être le condiment le plus populaire et le plus indispensable » (van der Meer, 1990 : 3). Institutions internationales, organismes statistiques ou de recherche documentent ponctuellement cette production (van der Meer, 1990 ; CIRAD, 1997 ; FAO, 2012 ; Hanci, 2018). Les estimations en termes de volume et de valeur varient mais soulignent toutes l'ampleur et la mondialisation de la production.

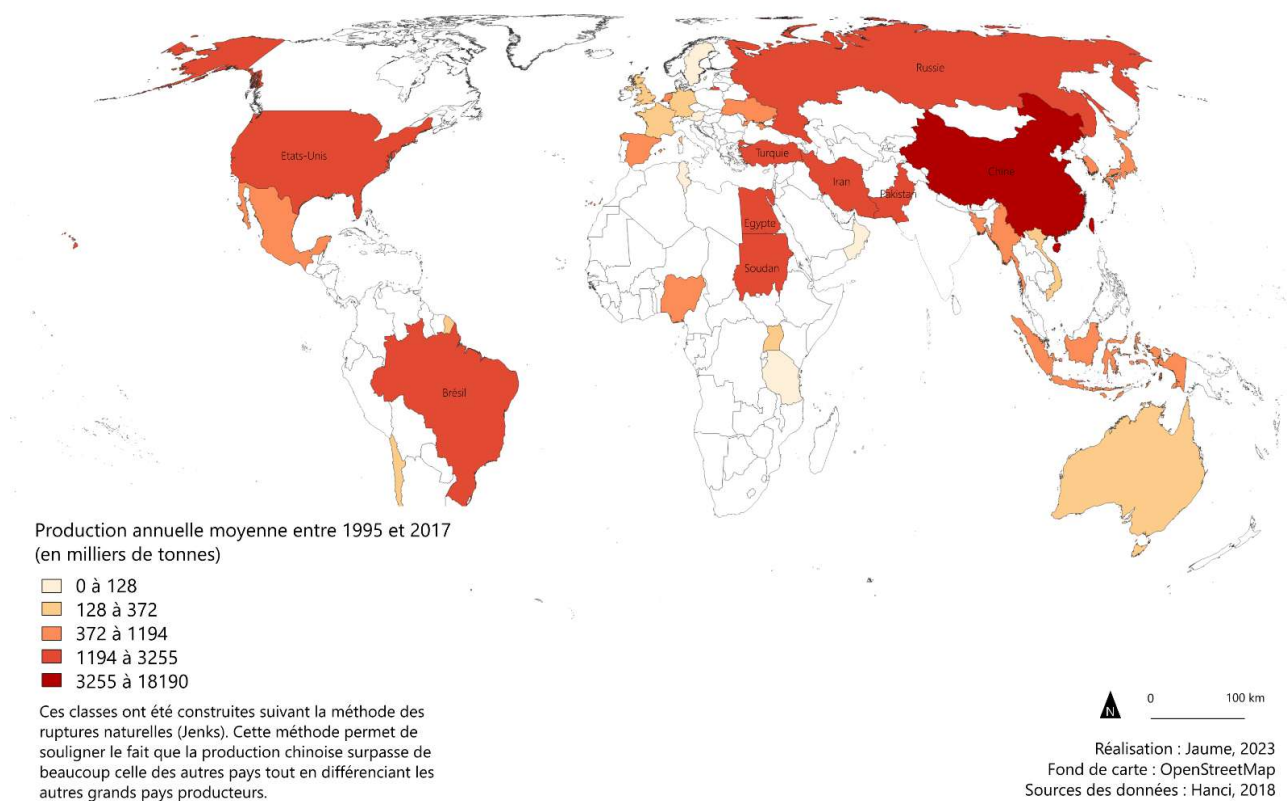
La production mondiale est en constante augmentation depuis les années 1990 (CIRAD, 1997 ; FAO, 2012 ; Hanci, 2018). En 1996, elle est estimée à 40 millions de tonnes en 1996, 74 en 2012 et 93 en 2016 (*ibid.*) : soit plus de 130% d'augmentation en vingt ans. Les surfaces augmentent, passant de 2,5 à 5 millions d'hectares entre 1996 et 2016. L'oignon se place ainsi au second rang des produits horticoles les plus cultivés et échangés dans le monde derrière la tomate (D'Alessandro et Soumah, 2008 ; FAO, 2012 ; Nana, 2016).

Graphique 1 Évolution du volume d'oignons produits par an dans le monde entre 1996 et 2016



Sur la période allant de 1996 à 2016, la Chine est le principal pays producteur, suivie de l'Inde, des Etats-Unis, de l'Égypte, de l'Iran, de la Turquie, du Pakistan, du Brésil, de la Russie et de la Corée. En Europe, la production moyenne s'élève à 6 672 000 tonnes entre 2016 et 2020 (FranceAgriMer, 2022). L'Allemagne et la France produisent respectivement 9,0% et 8,1% du total européen, devancé par les Pays-Bas (23,8%), l'Espagne (20,3%) et la Pologne (9,2%) (FranceAgriMer, 2022).

Figure 4 Principaux pays producteurs d'oignons dans le monde



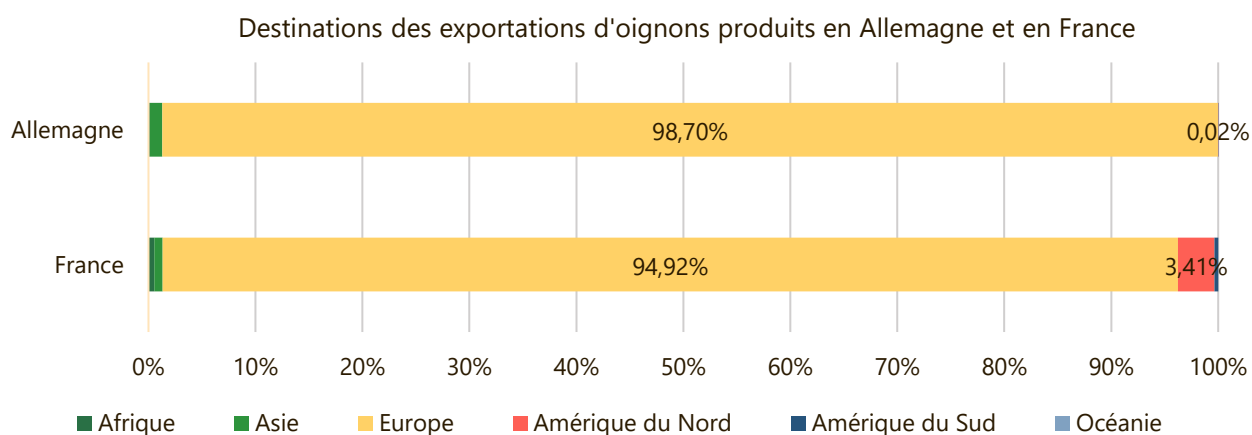
En moyenne, 8,5% de la production mondiale est exportée (Hanci, 2018) : une part stable entre 1996 et 2016 mais qui souligne le fait que l'oignon est pleinement inséré dans la mondialisation. La Russie (407 000 tonnes), la Malaisie (367 000 tonnes) et les Etats-Unis (343 000 tonnes) sont les plus gros importateurs tandis que les l'Inde, les Pays-Bas, la Chine, les Etats-Unis et le Mexique en sont les plus gros exportateurs. Parmi eux, certains se spécialisent dans l'exportation et ont, dès lors, une production à fort rendement et supérieure à ce que la population nationale consomme : c'est le cas notamment des Pays-Bas, de la Corée du Sud et de l'Espagne (CIRAD, 1997 ; Hanci, 2018).

De nombreux échanges s'organisent à des échelles régionales. L'Égypte approvisionne le Proche-Orient et le Maghreb (CIRAD, 1997) ; et le Niger l'Afrique de l'Ouest, entre autres, la Côte d'Ivoire et le Ghana (David & Moustier, 1998). L'Europe et, en particulier, l'UE est, également, une région structurante, comme le montre les cas français et allemands.

En France et en Allemagne, la production d'oignon s'organise autour de flux majoritairement intra-européens. Outre-Rhin, l'Europe est le destinataire de 98,7% des exportations d'oignons allemands (OEC, 2023). Dans l'Hexagone, l'oignon est le cinquième légume le plus exporté et le sixième le plus importé (FranceAgriMer, 2022b). Il est importé principalement d'Espagne

(29%), des Pays-Bas (16%), d'Italie (13%) et de Pologne (10%) et exporté vers les Pays-Bas, la Belgique, l'Allemagne et l'Italie (*ibid.* : 18). Au total, l'Europe représente près de 95% des exportations d'oignons français en 2020 (OEC, 2023) (cf. Graphique 2).

Graphique 2 L'oignon, au cœur d'échanges intra-européens



Réalisation : Jaume, 2022 Source : Observatory of Economic Complexity (OEC World), 2023

Ces échanges visent à garantir l'approvisionnement de chaque pays durant toute l'année (CTIFL, 2021 ; CIRAD, 1997) mais aussi à faire varier le cours du marché mondial et à assurer, par là, des prix élevés pour ceux qui stockent et vendent des oignons en contre-saison (CIRAD, 1997). Un pays peut ainsi être à la fois exportateur et importateur.

Le caractère mondialisé du marché de l'oignon n'est pas sans entraîner des difficultés. Cela favorise, tout d'abord, la propagation de maladies et de parasites à l'échelle mondiale : le mildiou (*Peronospora destructor*) et la pourriture de l'oignon (*Botrytis aclada*) se transmettent par la graine et se propagent des régions de production semencière vers celles où sont produits des oignons jusqu'à celles de consommation (van der Meer, 1990). Cela entraîne, en second lieu, de fortes fluctuations au niveau des prix d'une année à l'autre voire d'un mois à l'autre (Hanci, 2018 ; FranceAgriMer, 2022b). Par exemple, en France entre 2015 et 2019, avec un prix de référence à 100 en 2015, a oscillé entre 79 et 163 (FranceAgriMer, 2022b : 16) (cf. Tableau 3).

Tableau 3 Évolution du prix moyen de l'oignon en France par rapport à la valeur de 2015

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Légumes	100	106,9	103,8	110,6	119,5	126,5
Oignon	100	119,1	79,0	114,1	163,6	113,4

Source : FranceAgriMer, 2022b

Ces variations dépendent du marché mondial et de la spéculation boursière. Elles impactent directement la dynamique de production (Hanci, 2018). Si les prix augmentent, davantage d'oignons seront produits l'année suivante et vice versa : s'ils diminuent, la production l'année suivante sera réduite (*ibid.*). Ce phénomène appelé théorie de la toile d'araignée en économie (*ibid.*) a, par exemple, été observé en France entre 2018 et 2020. Entre ces dates, en France, les prix sur le marché de l'oignon avaient connu une forte hausse entre 2018 et 2019. L'année suivante, le nombre d'hectares consacré à l'oignon en France a augmenté de 15% l'année suivante alors qu'il était stable depuis cinq ans (FranceAgriMer, 2022b).

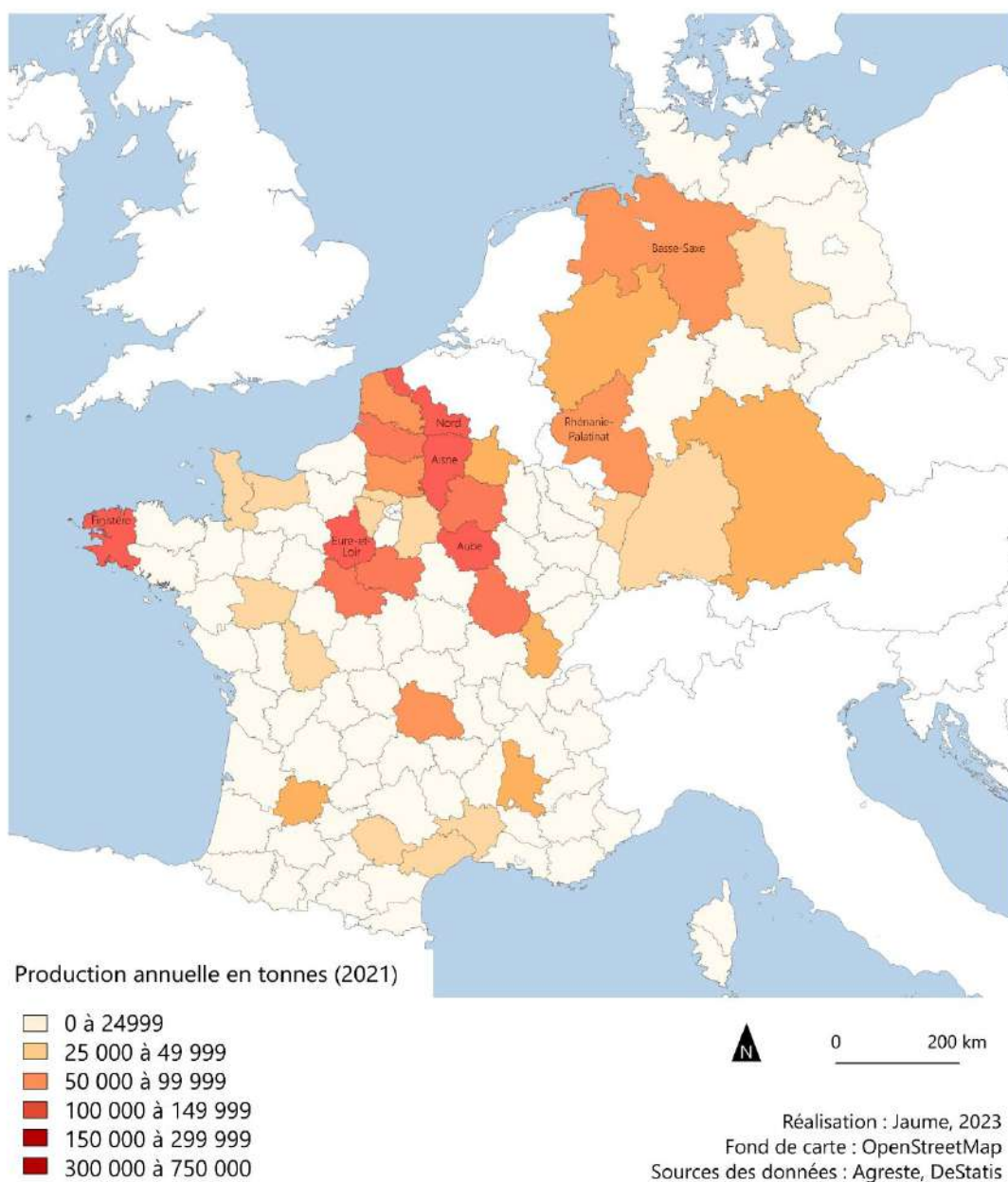
Le marché est toutefois régulé par des normes internationales : l'OCDE définit depuis 1962 dans le cadre du Régime pour l'Application de normes internationales des « caractéristiques minimales » que doit présenter un oignon pour être conditionné et exporté (OCDE, 2012). Cette règle impose depuis 1962 que l'oignon sec soit vendu entier, propre, suffisamment sec et ferme pour se conserver, avec une tige courte, dépourvu de moisissures, de tiges longues, d'altérations dues aux gels ou à l'humidité, de parasites, de traces d'humidité. L'OCDE définit les calibres à respecter et les modalités de conditionnement : en filet ou en vrac, l'apposition d'une étiquette indiquant l'expéditeur, l'origine du produit. Ces normes sont reprises par l'UE via les « normes générales de commercialisation européenne » définies dans le règlement (UE) N°543/2011 modifié (CTIFL, 2021).

### **2.3.1.2 En France et en Allemagne**

L'oignon représente 12% de la production française de légumes frais en 2020 en termes de volume (FranceAgriMer, 2022) : il est au premier rang devant la tomate et la carotte. La surface qui y est consacrée est, en moyenne, de 12700 hectares entre 2016 et 2019 et s'avère stable.

Durant cette période, ce sont, en moyenne, 486 000 tonnes d'oignons qui sont récoltés chaque année (*ibid.* : 26). Près de neuf oignons sur dix sont produits dans le nord du pays (FranceAgriMer, 2021b) : l'Eure-et-Loir, le Loiret, la Somme, l'Aube et l'Aisne représentent plus du tiers de la récolte hexagonale (CTIFL, 2021 ; FranceAgriMer, 2022 : 41).

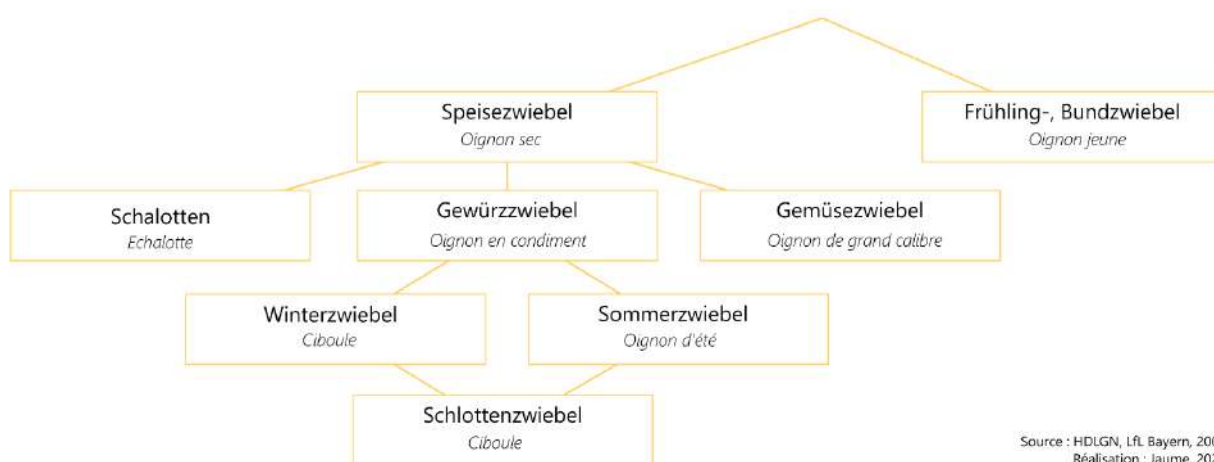
Figure 5 Productions d'oignon en France et en Allemagne



En Allemagne, il est d'usage de distinguer les oignons suivant leur feuillage, leur période de récolte et leur usage. Les *Speisezwiebeln* correspondent aux oignons secs mais incluent les échalotes.



Figure 6 Le vocabulaire de l'oignon en allemand



L'Allemagne produit environ 520 000 tonnes d'oignons de table (*Speisezwiebeln*) et 85 000 tonnes d'oignons frais (Destatis. Statistisches Bundesamt, 2022). La Bavière où se situe Bamberg assure un cinquième de la production allemande d'oignons soit près de 100 000 tonnes. Forte de 2300 hectares en 2018, elle est à la deuxième production de légumes impliquant le plus de surfaces en Bavière, derrière l'asperge et devant la carotte et la salade. Malgré des fluctuations liées à la conjoncture du marché et aux conditions météorologiques, la tendance est à l'augmentation depuis la fin des années 1980, que ce soit en termes de surfaces, de tonnage, de rendement (LfL, 2020 ; Bayerisches Landesamt für Statistik, 2021). En comparaison, les surfaces étaient de 1100 hectares en 1997 et de 1960 hectares en 2004 et ont donc plus que doublé en 1997 et 2018. La production a été multipliée par 3,6 entre 1997 et 2019. Cette augmentation s'explique par la spécialisation d'exploitations dans les districts de Basse-Bavière et du Haut-Palatinat. La production est intensive et se polarise autour des villes de Straubing, Dingolfing, Landau, Deggendorf, Passau et Ratisbonne (LfL, 2019). La plupart des oignons de Bavière sont vendus en tant que produit frais, sans transformation (LfL, 2020).

### 2.3.2 La consommation d'oignons

A l'instar de sa production, l'oignon est consommé sur les cinq continents.

L'oignon est, en 2020, le quatrième légume le plus consommé en France derrière les tomates, les carottes et les courgettes (FranceAgriMer, 2022). En Allemagne, il rencontre le même succès : près de sept kilogrammes sont consommés en moyenne par an par habitant (*ibid.*). Il s'agit avant tout d'oignons jaunes de conservation (*Unsere bayerischen Bauern*, 2020).

## 2.4 PLUS QU'UN LÉGUME : UN OBJET CULTUREL À PART ENTIÈRE

Une thèse sur l'oignon a de quoi surprendre voire amuser et ce sont effectivement les premières réactions que suscitent l'évocation de ce sujet au sein de mon entourage et chez les acteurs rencontrés. Pourtant, rapidement, chacun évoque des souvenirs, des savoirs, des anecdotes sur ce légume ou s'interroge sur le sens des proverbes avec le mot oignon. Sans se risquer à le qualifier de « fait social total », soulignons que l'oignon est l'objet de représentations sociales et collectives.

Cette partie montre ainsi comment par son histoire, sa place dans le langage courant, dans l'alimentation, dans la littérature, par son caractère sacré et ses vertus thérapeutiques, l'oignon s'ancre dans la culture collective et revêt un sens dans les sociétés européennes.

### 2.4.1 Dans l'Histoire

L'oignon provient de l'Asie centrale, autour de l'actuelle Iran (van der Meer, 1990 ; Hess-Halpern, 2018). Il se diffuse en Mésopotamie et en Égypte il y a environ 5000 ans, où il sert d'aliment et de médicament. Il fait même partie intégrante de rites religieux et acquiert un caractère sacré. Le dieu égyptien Sokar-Osiris est, par exemple, représenté par un oignon (Friedheim, 2014). Les croyants se purifiaient et cherchaient à redonner vie à ce dieu en se parant de colliers d'oignons. L'oignon trouvait, de ce fait, pleinement sa place dans l'art funéraire en tant que symbole de vie et que moyen de protéger le cœur des défunts : on le trouve peint sur les parois des tombeaux (van der Meer, 1990 ; Graindorge, 1992 ; Friedheim, 2014 ; Hamdy & El-Elimi, 2019) et donné comme offrande sous la forme de tresse. D'après Pline, les ouvriers qui édifièrent la Pyramide de Kheops reçurent comme salaire des oignons (Haziza, 2012).

Le culte de l'oignon perdure en Égypte jusqu'aux premiers siècles de notre ère (Friedheim, 2014 ; Hamdy & El-Elimi, 2019 : 175). Dans la Bible, les Égyptiens à leur arrivée dans le désert du Sinaï se souviennent avec nostalgie « des poissons que nous mangions en Égypte, et qui ne nous coûtaient rien, des concombres, des melons, des poireaux, des oignons et des aulx. Maintenant, notre âme est desséchée : plus rien ! » (Bible, 1910 : 375). Le culte de l'oignon suscite l'étonnement voire les moqueries de Romains (Crawford, 1973 ; Friedheim, 2014). Juvénal, dans ses Satires raille, les rites égyptiens dédiés aux animaux et aux végétaux :

*« Qui ne sait pas, Volusius, à quelles monstrueuses divinités l'Égyptien insensé adresse ses hommages ? [...] C'est un sacrilège de presser sous sa dent le poireau*

*ou l'oignon. O la sainte nation, qui voit ses dieux croître dans les jardins ! »*  
(Juvénal, 1770, XV)

De même, Lucien de Samosate raconte que les habitants de la ville égyptienne de Péluse auraient décidé de ne plus manger d'oignons du fait de son caractère sacré (Gibault, 1912 ; Hess-Halpern, 2018).

Le monde gréco-romain n'est cependant pas insensible à l'alliacée où il est consommé cru et cuit. Sous l'Empire, il a une portée religieuse et est, là encore, partie intégrante des banquets funéraires. Il résulte de cet intérêt le développement d'un vocabulaire spécifique : un *caepetum* est un espace planté d'oignons et le *caeparius* un marchand spécialisé dans ce produit. Tous ne lui accordent pas la même valeur. Il symbolise la tristesse pour les larmes qu'il entraîne et est réduit à un aliment destiné au peuple et aux soldats. Dans le *Pœnus* de Plaute, un des personnages s'adresse à Hannon, un soldat d'« ignoble panse plus bourrée d'ail et d'oignon que celle, des rameurs romains ! » (Plaute, 1865). Ses qualités thérapeutiques sont mises en débat. Il est un somnifère pour les uns, un excitant pour d'autres (Plaute, 1865). On note qu'il favorise les flatulences et parfume à l'haleine mais, dans le même temps, Macer Floridus, citant Esculape, affirme que « quiconque [...] mange de l'oignon à jeun tous les jours, ne sera jamais malade tant qu'il vivra. » (Macer Floridus, 1845). D'après cet auteur et Pline l'Ancien (Pline l'Ancien, 2013), l'oignon apaise les douleurs musculaires et intestinales, les morsures d'animaux, les infections aux yeux, à la bouche et aux oreilles.

L'alliacée est reconnu pour ses qualités de conservation et antiscorbutiques, ce qui explique sa place dans les repas des soldats et des marins. C'est au fil des guerres et des voyages qu'il conquiert l'Europe de l'Ouest et du Nord à l'époque romaine puis l'Amérique au XVe siècle. Il est cultivé dans l'Empire de Charlemagne comme le prouve sa mention dans le capitulaire *De Villis* de la fin du VIIIe siècle (Birlouez, 2020 : 66).

L'oignon devient un légume de premier plan si bien qu'en 1749, dans *L'école du jardin potager*, l'agronome De Combles souligne l'utilisation de l'oignon sur l'ensemble du globe. Pour lui, nul autre légume n'est aussi utilisé et commun : « Il n'est rien de si connu que l'oignon et de si généralement cultivé [...]. Chacun connaît les usages pour la vie et ses propriétés sont telles qu'il n'est presque aucun met où il n'en entre au moins le suc [...]. Constamment, il est peu de bonne sauce sans le mélange de l'oignon » (Combles, 1749 : 320-321)

Diderot et d'Alembert lui consacrent un article dans leur Encyclopédie en le décrivant du point de vue de la botanique :

« OIGNON, s. m. *cepa*, (Hist. nat. Bot.) genre de plante à fleur lilacée composée de six pétales ; le pistil occupe le milieu de cette fleur, & devient dans la suite un fruit arrondi & divisé en trois loges, qui renferme des semences arrondies. Ajoutez aux caractères de ce genre que les fleurs sont réunies en un bouquet sphérique, & que les feuilles & les tiges sont fistuleuses. » (Daubenton & de Jaucourt, 1765)

L'intérêt pour l'oignon dépasse cependant le cadre de la botanique et s'invite dans l'alimentation.

#### **2.4.2 Dans l'alimentation**

L'oignon est consommé quotidiennement dans de nombreux pays. Les usages en cuisine sont multiples : cru, cuit, rissolé, frit, confit, farci, dans une sauce, en soupe, en purée, en condiment ou transformé sous la forme de poudre ou de semoule. Il est au fondement de spécialités : que seraient sans oignons la tarte flambée chère à l'Alsace, la pissaladière dans le pays niçois et le *Zwiebelkuchen*, une tarte à base d'oignons, de crème et de lard, outre-Rhin ?

Parmi ces plats, la soupe à l'oignon est un symbole de l'alimentation populaire, en témoigne son évocation par Gustave Flaubert dans *Emma Bovary* et Émile Zola dans *Germinal*.

« Une salade accompagnerait si bien la ratatouille qu'elle laissait mijoter sur le feu, des pommes de terre, des poireaux, de l'oseille, fricassés avec de l'oignon frit ! La maison entière le sentait, l'oignon frit, cette bonne odeur qui rancit vite et qui pénètre les briques des corons d'un empoisonnement tel, qu'on les flaire de loin dans la campagne, à ce violent fumet de cuisine pauvre. » (Zola, 2006)

Cette description donne une large place aux perceptions visuelles et olfactives si bien que le lecteur peut se remémorer des sensations similaires. Ce texte témoigne alors de la signification sensible prêtée à l'oignon.

Toutefois, l'oignon n'est pas uniquement représenté comme un aliment. Le sens qui lui est donné vient aussi de son usage dans le langage courant.

#### **2.4.3 Dans le langage courant**

En français et en allemand, l'oignon a sa place dans le langage courant et est intégré dans de nombreuses expressions. Se mêler de ses oignons signifie s'occuper de ses affaires et

viendrait de l'argot où l'oignon désigne l'arrière-train. Être en rang d'oignons, c'est être très serré. Être aux petits oignons signifie apporter un grand soin à une tâche : cette expression serait liée au fait que pour soigner un plat, ce soit des oignons jeunes et petits jugés plus fins et goûteux qui sont privilégiés.

D'autres expressions relevées par le CNRTL sont plus désuètes. « Pleurer sans oignons, sans avoir épluché d'oignons » signifie pleurer pour des raisons justifiées ; « y a de l'oignon », être confronté à des événements difficiles qui amènent à en pleurer ; « être vêtu comme un oignon. », porter plusieurs couches de vêtements les unes sur les autres ; et être couleur pelure d'oignon, être rose violacé.

Des expressions similaires se retrouvent en allemand. L'oignon est décliné en un verbe (« *zwiebeln* ») qui désigne l'action d'importuner ou de harceler quelqu'un. Ce sens viendrait des pleurs consécutifs à la coupe d'un oignon. Un proverbe dit aussi « *Liebe ist wie Zwiebel schneiden, zuerst denkt man "Ach geht schon" und später stizt man heulend in der Küche* » (L'amour, c'est comme couper des oignons : on pense d'abord "Oh, ça va aller" et, ensuite, on se retrouve à pleurer dans la cuisine).

La reprise de l'oignon dans le langage courant affirme d'autant plus la popularité de ce produit.

#### **2.4.4 Dans l'art : entre littérature et poésie**

La sphère artistique n'est pas non plus restée insensible à l'oignon. Giuseppe Arcimboldo (Arcimboldo, 1590), Paul Cézanne (Cézanne, 1887) et Auguste Renoir (Renoir, 1881) l'ont peint, Günter Grass en a fait un roman (Grass, 2009) et Stéphane Mallarmé un poème :

*« L'ennui d'aller en visite*

*Avec l'ail nous l'éloignons.*

*L'élégie au pleur hésite*

*Peu si je fends des oignons. »*

(Le marchand d'ail et d'oignons, *Mallarmé, 1914*)

Dans *Pelures d'oignon*, l'écrivain allemand Günther Grass relate sa jeunesse. Cette autobiographie est conçue comme un oignon que l'auteur pèlerait, où chaque peau

représente une étape de sa vie. L'oignon s'invite dans des romans, en particulier, dans des descriptions de repas, comme Flaubert et Zola qui évoquaient la soupe à l'oignon.

Pour confirmer la multiplicité des sens donné à ce légume, remarquons enfin que l'oignon est invoqué dans le domaine musical et dans les nouvelles technologies. L'oignon entre dans la fabrication d'instruments de musique et, en particulier, dans celle de la flûte eunuque des mirlitons. Cela lui a valu d'être surnommée « flûte à l'oignon » et « *Zwiebelflöte* » en allemand. De même, le chant de l'oignon daté de la fin du XVIIIe siècle était chanté par les armées napoléoniennes et l'est encore par la Légion étrangère. L'oignon est sensé favoriser la vitalité et la santé des soldats.

*« J'aime l'oignon frit à l'huile,*

*J'aime l'oignon quand il est bon. [...]*

*Un seul oignon frit à l'huile,*

*Un seul oignon nous change en lion, [...]*

*Mais pas d'oignons aux Autrichiens,*

*Non pas d'oignons à tous ces chiens »*

Plus récemment, la sphère high-tech reprend l'oignon en parlant du « routage en oignon » pour qualifier métaphoriquement la méthode de protection des communications et des flux internet. Le navigateur Tor qui l'utilise arbore ainsi l'oignon comme logo.

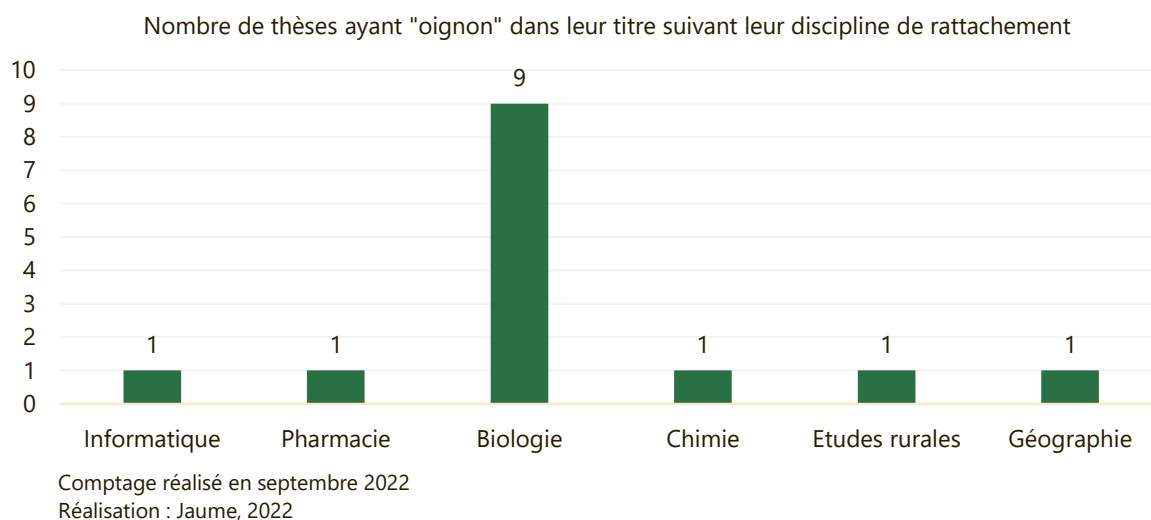
Sans chercher l'exhaustivité, ce panorama montre que l'oignon a une forte signification sociale, ce qui influence nécessairement le rapport à ce produit des acteurs rencontrés durant l'enquête.

## **2.5 L'OIGNON COMME OBJET D'ÉTUDE**

Je reviendrai, dans un dernier temps, sur les recherches menées à propos de l'oignon en commençant par faire un détour par le site [theses.fr](http://theses.fr) et en considérant les thèses faites sur ce légume.

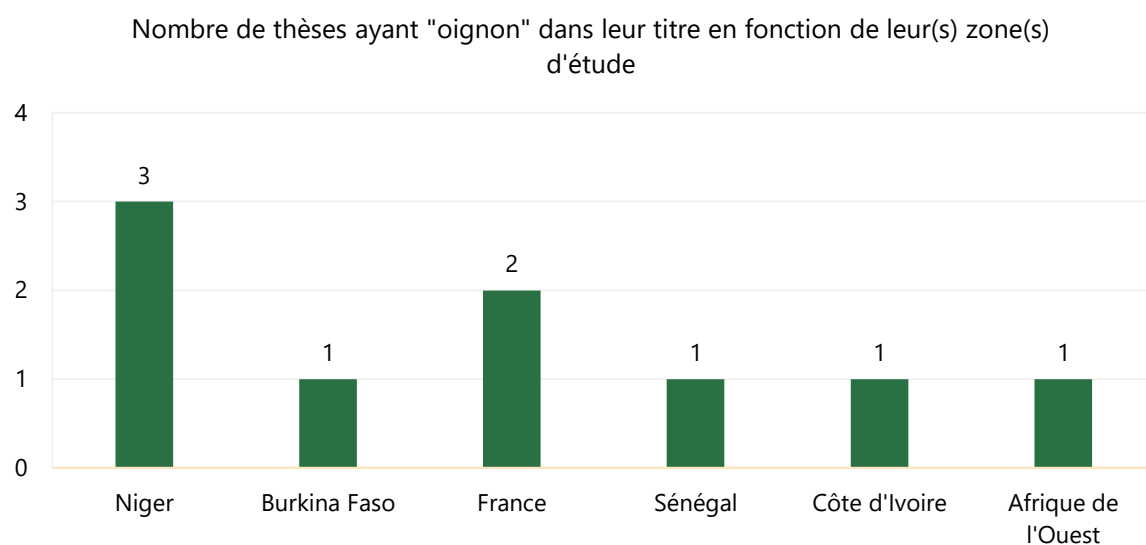
Quatorze thèses soutenues intègrent le mot « oignon » dans leur titre<sup>12</sup>. Treize ont été soutenues avant 2007 et la plupart de ces travaux se rattachent à la biologie (cf. Graphique 3). Les Sciences Humaines et Sociales ne sont représentées que par deux thèses : en études rurales et en géographie (David, 1999 ; Dagna, 2006). L'oignon est étudié, tantôt, pour ses propriétés thérapeutiques et biologiques : son tissu cellulaire, ses composants liquides et soufrés et son utilisation dans le domaine de la santé ; tantôt en tant que produit agricole et alimentaire. La thèse en informatique prend l'oignon dans un sens métaphorique, pour décrire la structure d'un réseau informatique comme évoqué précédemment. Neuf thèses concernent un espace précis (cf. Graphique 4) : la France pour deux d'entre elles et, en l'occurrence, le département de la Côte-d'Or. Les autres portent sur l'Afrique de l'Ouest, ce qui confirme l'idée selon laquelle la production légumière est étudiée avant tout dans les Suds (Guillemin, 2020).

Graphique 3 Disciplines de rattachement des thèses ayant "oignon" dans leur titre



<sup>12</sup> Comptage réalisé en septembre 2022

Graphique 4 Zones d'étude des thèses ayant "oignon" dans leur titre : un continent africain prédominant



Au-delà de ces thèses, l'oignon fait l'objet de publications en économie, en agronomie et en géographie. Une grande partie porte sur l'Afrique ou sur des pays des Sud et sur des échelles variées : supranationale, nationale ou locale. En agronomie, l'objectif est de comparer des variétés en fonction de leur rendement ou de leur résistance aux maladies tandis qu'en économie, l'attention est portée à l'organisation de la filière : les caractéristiques des exploitations, leur rentabilité, les réseaux de distribution et d'approvisionnement des villes, la détermination des prix et les systèmes de coordination entre acteurs (Baco *et al.*, 2005).

Le Niger, en tant qu'important pays producteur, est abondamment documenté (Assoumane *et al.*, 2012 ; Tarchiani *et al.*, 2013). Deux variétés locales, l'oignon de Soucoucoutane (Abdoulkadri *et al.*, 2019) et de Galmi (Dagna, 2006 ; Abdou *et al.*, 2014 ; Landel *et al.*, 2014) le sont particulièrement. Citons, en outre, des études sur la production d'oignons au Bénin (Tarchiani *et al.*, 2013 ; Baco *et al.*, 2005 ; Dossa, 2018), au Burkina Faso (Nana, 2016) et en Afrique de l'Ouest (David & Moustier, 1998).

Dans les « Nords », les travaux se concentrent sur des variétés identifiées comme spécifiques à une région voire disposant d'une appellation d'origine : c'est le cas de l'oignon de Vidalia aux Etats-Unis (Bargiel, 2013) et de l'oignon de Laar en Autriche (Bachleitner, 2012). Dans sa thèse en anthropologie, Bachleitner (2012) étudie la mise en valeur de cet oignon dans la commune d'Unterstinkenbrunn surnommée le *Zwiebeldorf* (village de l'oignon) et insiste sur sa coexistence avec d'autres variétés « locales » et avec des variétés plus standards. Cette



position a motivé le choix d'étudier des écotypes locaux en parallèle d'autres types d'oignons qui étaient cultivés sur les terrains.

En France, des études ponctuelles, issues de l'anthropologie et de la géographie sont centrées sur l'oignon. En 1942, Christophe s'intéresse à la culture d'oignons à Tournon-sur-Rhône en Ardèche et montre l'organisation de la production et sa mise en valeur au travers de foires et de fêtes (Christophe, 1942). Laligant (1992) étudie l'oignon d'Auxonne et montre l'ambiguïté de ce nom qui n'est, d'après elle, pas reconnu par tous. Les acteurs locaux tentent d'y remédier en tentant faire d'Auxonne le « pays de l'oignon ». Depuis sa labellisation comme Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) en 2003, l'oignon des Cévennes est davantage documenté (Boutonnet *et al.*, 2008). Druguet (2010) a réalisé une thèse en géographie sur la valorisation patrimoniale de cette culture par le biais des paysages de terrasses sur lesquelles elle est implantée.

## **2.6 ÉCOTYPE LOCAL. ÉLÉMENTS DE DÉFINITION**

Mon étude porte, en particulier, sur deux écotypes locaux d'oignon : l'oignon de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Il convient de préciser, en préalable, ce qui est entendu par écotipe local dans la mesure où le terme s'insère dans un ensemble terminologique qui revêt un certain flou.

Comme indiqué en introduction, un écotipe local désignera un type de légume ayant « acquis des caractéristiques génétiques particulières résultant d'une sélection naturelle dans un milieu donné » (Dagna, 2006), d'une adaptation à des conditions pédoclimatiques localisées et de pratiques culturelles ancrées localement.

Pour déterminer son sens, je m'appuie également sur la définition donnée par Pouzenc *et al.*, 2007 des appellations d'origine. Dans cette perspective, un écotipe local a un nom qui comprend un toponyme. Il mobilise un collectif autour d'une aire délimitée, plus ou moins strictement, fait l'objet d'une argumentation qui vise à défendre sa spécificité organoleptique et historique et bénéficie possiblement d'une reconnaissance institutionnelle via un cahier des charges. A l'instar d'un produit concerné par une appellation d'origine, un écotipe local fait ainsi l'objet d'une « conservation patrimoniale » (Caplat, 2016).

Il existe un très grand nombre d'écotypes locaux : citons l'oignon de Toulouges, la Cèbe de Lézignan et l'oignon de Tarassac dans l'Hérault ou l'oignon de Trébons dans les Hautes-

Pyrénées. Des écotypes locaux ont été identifiées sur les terrains d'étude. Dans les Pyrénées-Orientales, citons la « pêche d'Ille, le Haricot d'Evol, le navet, le chou et la poire de Cerdagne<sup>13</sup>, le céleri d'Elne<sup>14</sup> et le navet de Pézilla<sup>15</sup> et de Cerdagne<sup>16</sup>. Bamberg est, elle, connue pour son chou, son ail, son oignon, sa pomme de terre : les *Bamberger Wirsing*, *Knoblauch*, *birnenförmige Zwiebel* et *Hörnla*.

L'attention aux écotypes locaux est visible dès le XVIIe siècle : les expéditions coloniales et le développement de la botanique favorisent la collecte de végétaux du monde entier. Les premiers dispositifs de sauvegarde et de recensement de variétés (Bange, 2012) émergent au XIXe siècle au sein de sociétés botaniques et de maisons grainières telles que Vilmorin en France et Benary outre-Rhin. Ces initiatives s'institutionnalisent durant l'entre-deux-guerres avec la création de registres nationaux, de banques de gènes et de jardins conservatoires. Cependant, le déploiement du modèle agricole productiviste entraîne une standardisation de la production de fruits et de légumes autour d'un nombre restreint d'espèces et d'écotypes (Hecquet, 2013). Les années 1970 voient une prise de conscience du risque représenté par une telle érosion de la biodiversité cultivée et du besoin de « revivifier cet héritage biologique et culturel » (Demeulenaere & Bonneuil, 2010). Ce contexte explique, en partie, pourquoi les variétés locales bénéficient d'une image positive, y compris dans la recherche : elles font l'objet de propos laudatifs, considérées comme des symboles d'authenticité, de savoir-faire (Bérard & Marchenay, 2007 : 10). Kastler et ses coauteurs affirment ainsi :

*« Le concept de race locale, de variété locale pour les plantes, ne peut pas être sorti de son territoire : ce sont des êtres vivants liés à des territoires, à des communautés humaines, à des savoir-faire, à des communautés microbiennes, etc. » (Kastler et al., 2018)*

La dimension locale est toutefois à relativiser : les plantes ont été déplacées au fil de migrations, de voyages commerciaux et d'échanges (Labeyrie, 2013), depuis leurs « centres

---

<sup>13</sup> Écotypes identifiés dans la revue historique de l'association « Les Amis d'Ille »

<sup>14</sup> Entretiens M9, M13, M15, R2, C4

NB : dans la thèse, la référence à des entretiens est mentionnée en note de bas de page, comme cela est fait ci-dessus.

<sup>15</sup> Entretiens M11, R5

<sup>16</sup> Entretiens M13, M20, R1, R2

d'origine » (Bonneuil ; 2016). Une variété locale n'est pas originaire du lieu dont elle porte le nom mais elle y a été adoptée en raison de son adaptation aux conditions pédoclimatiques et de sa réponse aux besoins locaux. « Leur inscription en un lieu s'assortit d'une antériorité et de pratiques collectives, fil directeur qui relie ancrage historique et relation au lieu. Cette dimension collective les inscrit dans la culture locale et permet de distinguer la provenance (venir d'un lieu), de l'origine (être de ce lieu). » (Bérard & Marchenay, 2007 : 10). L'ajout d'un toponyme au nom des variétés remonte à la fin du XVIIe siècle lorsque les botanistes débattent des effets du milieu sur une plante : en dépend-elle ou conserve-t-elle une même base, indépendamment du milieu dans lequel elle se trouve ? (Roncin & Boulineau, 2005 ; Marie-Vivien, 2012). Dans les années 1840, le comte Odart prouve qu'il est possible de cultiver des plantes originaires de Champagne dans des régions aux caractéristiques similaires et montre qu'une plante n'est pas liée intrinsèquement au lieu dont elle porte le nom. Il invite, dans ces circonstances, à ne pas nommer des produits par le lieu où ils ont été recensés (Marie-Vivien, 2012). Malgré cette démonstration, l'attribution de noms géographiques aux plantes perdurent et suscitent à partir des années 1990 l'intérêt de la géographie et de l'économie (Dedeire, 1997). L'attribution d'un toponyme à un écotype végétal est alors conçue comme la marque d'un processus de « qualification territoriale » (Garçon, 2015) qui dépend de la mobilisation d'acteurs locaux.

Le sens donné à l'écotype local dans cette étude peut être éclairé par une définition *in absentia*. Il peut, autrement dit, être défini par ce qu'il n'est pas.

Il n'est tout d'abord pas une variété au sens strict, c'est-à-dire entendu comme le « sous-groupe d'une espèce végétale préparé en vue de son usage agriculture, suffisamment homogène et stable dans ses caractéristiques héréditaires et distinct des autres variétés » (Van der Meer, 1990). La variété constitue un paradigme agronomique et normatif développé depuis la XIXe siècle et structuré en 1944 par l'agronome, Jean Bustarret. La variété constitue un paradigme agronomique et normatif qui se développe depuis la XIXe siècle et qui est structuré par l'agronome, Jean Bustarret, en 1944. Une variété est, dans cette conception, « distincte, homogène et stable » (DHS) et présente une « valeur agronomique technologique » (VAT). Les caractéristiques, « les rendements, les réactions au milieu » (Demeulenaere & Bonneuil, 2010) sont fixées au moyen d'une sélection « généalogique » ou d'une hybridation de première génération (*ibid.*). Le respect des critères VAT et DHS ouvre sur l'inscription de la variété dans les catalogues nationaux et internationaux et, à terme, sur

la commercialisation de sa semence. En France, la certification est la mission du Comité technique permanent de la sélection (CTPS), un organisme public placé sous la tutelle du Ministère de l'Agriculture. Les variétés de légumes remplissant les critères précédents intègrent les listes A et B du Catalogue et peuvent ainsi être commercialisées en France. En Allemagne, la certification des variétés et le contrôle des semences sont assurés en Allemagne par le *Bundessortenamt* (Office fédéral des variétés végétales) relié au Ministère fédéral de l'Agriculture. Les conditions d'inscription sont définies dans la *Sortenschutzgesetz* (Loi sur la protection des variétés) de 1985 : une variété doit ainsi être « distincte des autres, homogène, stable, nouveau et désignée par une dénomination variétale enregistrable »<sup>17</sup> (Art. 1, *Sortenschutzgesetz*, 1985). L'UE et son Office communautaire des variétés végétales (CVPO) mettent en place à partir de 1994 un cadre réglementaire communautaire pour la gestion des variétés (Conseil de l'Union Européenne, 1994) et disposent de son propre catalogue depuis 1972. Cette conception de la variété est ardemment critiquée pour son caractère normatif et ses effets indirects sur le niveau de biodiversité cultivée (Hecquet, 2013). Cultiver exclusivement des variétés fixées entrainerait la diminution du nombre d'espèces cultivées et de la diversité génétique au sein des espèces (*ibid.*). L'écotype local tel qu'il est étudié dans la thèse ne correspond pas nécessairement à une variété respectant les critères DHS et VAT. Si ce n'est pas le cas, il peut toutefois être inscrit dans des catalogues nationaux, sur des listes complémentaires : la liste des *Amateursorten* (variétés amateur) en Allemagne et les listes C et D en France<sup>18</sup>.

Un écotype local ne correspond pas aux « variétés locales désormais banalisées » (Marie-Vivien, 2012). Il s'agit là de variétés respectant les critères DHS et parfois très utilisées en maraîchage mais dont le rattachement géographique est ancien et a progressivement été oublié. Bien que ces variétés portent le nom de l'espace local dont elles sont issues, l'exportation de la culture hors de leur aire d'origine ne les rend plus spécifiques à ce lieu dont elles portent le nom. Parmi ces variétés « évadées » (*ibid.*), figurent les oignons de

---

17 Texte original : « unterscheidbar, homogen, beständig, neu und durch eine eintragbare Sortenbezeichnung bezeichnet » (traduction de l'auteur)

18 Toutes deux créées en 2008, la Liste C regroupe les « variétés de conservation cultivées dans des régions spécifiques, menacées d'érosion génétique et commercialisables dans la région d'origine » (SEMAE) et la liste D, les « variétés sans valeur intrinsèque pour la production commerciale mais créées en vue de répondre à des conditions de cultures et commercialisables en France » (SEMAE)

Vaugirard, de Florence ou encore de Stuttgart. Ce dernier est, par exemple, une variété très productive et reconnue pour sa bonne conservation sans, pour autant, être mis en valeur à Stuttgart.

Un écotype local n'est pas non plus une « variété population ». Aussi appelée variété paysanne ou de pays (Hermesse, 2018), elle est un type végétal présentant une variabilité et une hétérogénéité génétique et ne répondant donc pas aux critères DHS et VAT. L'objectif qui motive leur maintien est moins la « conservation patrimoniale » que « l'évolution adaptative » (Caplat, 2016). Elles évoluent en permanence et ne sont pas fixées génétiquement. Elles sont choisies par un agriculteur du fait de leur adaptation à sa parcelle. Elles sont obtenues par une sélection *in situ* (Hermesse, 2018), et massale (Demeulenaere & Bonneuil, 2010) réalisée directement sur la parcelle. Du fait de leur variabilité génétique, elles ne sont généralement pas associées à un toponyme ni même à un nom (Assane Dagna, 2006). Leur développement est cependant freiné par l'absence de véritable reconnaissance légale (Hecquet, 2013). Des réseaux militants tels que Semences Paysannes et Kokopelli cherchent à y remédier en affirmant que ces variétés populations sont synonymes d'autonomie de l'agriculteur vis-à-vis des groupes semenciers internationaux, d'un renforcement de la biodiversité cultivée, d'une réduction des intrants chimiques, d'une absence d'OGM (Demeulenaere & Bonneuil, 2011).

Enfin, les écotypes locaux envisagés dans la thèse ne sont pas protégés par une Indication Géographique (IG) que ce soit une AOP ou une IGP.

Une IG est définie dans l'article 22-1 de l'Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle liés au Commerce (ADPIC) de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) : « L'IG est une indication qui sert à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un membre, d'une région, ou d'une localité de ce territoire dans les cas où une qualité, réputation ou caractéristique déterminée peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique » (Delfosse, 2012). Pour prétendre à une IG, les acteurs élaborent un cahier des charges dans lequel ils prouvent l'existence d'un « lien au terroir », de savoir-faire spécifiques, des racines historiques du nom, d'une différence par rapport aux autres produits équivalents (Carimentrand *et al.*, 2019). Ce document présente la zone et le mode de production et inclut une étude de marché soulignant les débouchés et la valeur ajoutée du label. La rédaction du cahier des charges donne lieu à des enquêtes ethnographiques et bibliographiques, à des recherche-action et à d'âpres négociations (*ibid.*).

Ce modèle émerge en France au début du XXe siècle (*ibid.*). Les appellations d'origine contrôlées (AOC) sont créées en 1935 avant qu'en 1992, l'Union Européenne homogénéise le cadre des IG. Elle remplace l'AOC par l'AOP et crée l'IGP. Dans une AOP, « chaque partie du processus de production, de transformation et de préparation doit avoir lieu dans la région spécifique (par exemple, tous les ingrédients utilisés doivent provenir d'une région spécifique et le produit AOP sera fabriqué dans cette même région) » (Commission Européenne, 2018). L'IGP se veut plus souple. Le fait que l'intégralité des produits proviennent de l'aire labellisée n'est pas obligatoire : « Pour la plupart des produits, au moins une des étapes de production, de transformation ou de préparation a lieu dans la région » (Commission Européenne, 2023). Près de 400 fruits et légumes sont inscrits dans une IG dans l'Union Européenne en 2020 et, parmi eux, treize oignons tels que ceux des Cévennes ou de Roscoff en Bretagne (Commission Européenne, 2023).

En somme, l'écotype local tel qu'entendu dans la thèse n'est pas une variété population du fait de sa relative stabilité génétique et de sa « conservation patrimoniale ». Il n'est pas non plus une variété strictement définie par des critères DHS et VAT ni n'est labellisé par une IG.

En l'absence de label et de mobilisation collective forte, ces écotypes ont une notoriété qui demeure souvent locale et limitée à la zone où ils sont cultivés. La sélection et la multiplication des graines s'effectuent localement. Leur historique, les caractéristiques, le volume de la production et les savoir-faire font, par là-même, rarement l'objet d'écrits et d'études statistiques. Leur perpétuation dépend, alors étroitement de la mobilisation d'acteurs locaux. En fonction de cette mobilisation, ils peuvent surgir ou tomber dans l'oubli : c'est, par exemple, le cas de la poire de Cerdagne et de la Pêche d'Ille, évoquées dans des documents d'archives jusqu'aux années 1990 et qui semblent avoir disparu aujourd'hui.

Les écotypes locaux tels que définis ici demeurent un angle mort de la recherche en Sciences Humaines et Sociales (SHS). Les travaux se concentrent davantage sur les productions sous IG et ce, quand bien même, un nombre croissant de chercheurs depuis les années 2000 invitent à ne pas se réduire à ce type de production (Garçon, 2015 ; Dedeire, 1997). Pour Morgane Millet, il est nécessaire de « ne pas considérer les Indications Géographiques comme les seules arènes potentielles de qualification collective des produits. » (Millet, 2017 : 73).

Bien que soit mis en avant l'intérêt d'une approche élargie des productions localisées ou de terroir, rares sont les travaux à en faire le cœur de leur sujet. La thèse de Lucile Garçon est, sur ce point, stimulante. La géographe s'intéresse à des écotypes locaux de pommes et de pommes de terre sur trois terrains franco-italiens. Elle montre en quoi ces produits pour lesquels il n'existe pas d'Indication Géographique et qui sont donc *a priori* éminemment « ordinaires », font l'objet d'une mise en valeur territoriale par des collectifs d'acteurs et à travers des « dispositifs de qualification plus souples ». Cette thèse apparaît comme une excursion sur la voie des écotypes locaux et hors des sentiers battus des Indications Géographiques.

Ma thèse souhaite s'inscrire dans son prolongement en étudiant deux écotypes d'oignons sans IG mais reconnues comme spécifiques à un espace local.

### **3 CONCLUSION DU PREMIER CHAPITRE**

Ce chapitre visait à faire de l'oignon un objet de recherche et, autrement dit, à justifier l'intérêt théorique et documentaire d'étudier ce légume. Il apporte des éléments de définition et de cadrage sur les légumes et l'oignon ainsi que sur leur consommation et leurs productions respectives. Il définit également le terme d'écotype local qui qualifiera l'oignon de Toulouges et la BBZ tout au long de l'étude.

Le portrait de l'oignon et l'état de l'art conclusif révèlent, en définitive, un paradoxe : l'oignon, bien que doté d'une forte signification sociale, reste peu étudié par les SHS et par la géographie. Cette thèse vise à documenter ce produit tout en inscrivant cette démarche dans le prolongement des travaux menés en SHS sur des problématiques agricoles et alimentaires.

L'intérêt théorique tient, en particulier, au recours à une méthode compréhensive. Il ne s'agit alors pas d'adopter une démarche déductive où l'oignon serait envisagé à partir d'une grille d'analyse ou d'un corpus conceptuel défini en amont. Au contraire, l'enjeu est de se focaliser sur le sens donné à l'oignon par les acteurs qui prennent part à sa production, à sa commercialisation et à sa valorisation et de se fonder sur leurs discours pour construire la démarche de recherche et formuler une analyse.

## **CHAPITRE 2 : ABORDER L'OIGNON PAR UNE MÉTHODE COMPRÉHENSIVE ET COMPARATIVE**

Ce chapitre présente le cadre méthodologique de la thèse qui mêle une approche compréhensive et comparative et explicite le déroulement de l'enquête. La méthode compréhensive est abordée dans un premier temps. Je reviens sur ces principales caractéristiques et ses implications sur la démarche menée ici. La méthode comparative sera abordée dans un second temps.

### **1 INTRODUCTION. LE TERRAIN : LE POINT COMMUN DE CES DEUX APPROCHES ET LE TÉMOIN D'UN « IMAGINAIRE DISCIPLINAIRE » (CALBÉRAC, 2010 : 19)**

Quel est le point commun entre la culture de l'oignon et une thèse de géographie, qui peuvent paraître, de prime abord, bien éloignés l'un de l'autre ? N'est-ce pas le terrain ? N'est-il pas, en effet, le substrat nécessaire autant pour produire de l'oignon que pour faire une thèse de géographie ? Choisir les terrains, faire du terrain, bien connaître son terrain, aller sur le terrain : tels sont bien les leitmotifs pour une doctorante en géographie, surtout si elle met en œuvre des méthodes, chacune basée sur ce terrain et dont la pratique reste peu questionnée dans la discipline géographique (Calbérac, 2010). Il me paraît donc intéressant de préciser le terme de terrain, et ce, dans une optique réflexive que prône la méthode compréhensive.

Le terrain se caractérise par sa polysémie. Il a, à l'origine, un sens militaire, agricole et juridique. Le terrain est là où l'on combat, cultive ou vit en bâtissant maisons et infrastructures de production. En géographie et en SHS, il désigne à la fois « une entité spatio-temporelle et une instance épistémique où se manifeste l'attitude empirique d'un chercheur dans sa tentative d'établissement des faits scientifiques » (Volvey, 2003 : 904). Il renvoie, autrement dit, autant à une méthode qu'à l'objet étudié à travers cette méthode (Calbérac, 2011). Yann Calbérac le dépeint comme « un carré constitué par des espaces (les terrains), des acteurs (des géographes de terrain et l'ensemble de la communauté à laquelle ils appartiennent), des pratiques (les gestes du terrain) et des savoirs » (*ibid.*). Il est, en ce sens, indissociable d'un



travail de recherche et confère une unité à la démarche scientifique telle qu'envisagée en géographie.

Pourtant, si les apports du terrain sont désormais reconnus, cela n'a pas toujours été le cas (Calbérac, 2010). La géographie se construit sur deux héritages opposés : celui des explorateurs qui dès l'Antiquité s'aventurent dans le monde entier, de Hérodote à Alexander von Humboldt et celui de « géographes de cabinet » (*ibid.* : 43) qui cartographient le monde sans se rendre directement sur les sites concernés. À la fin du XIXe siècle, le travail de terrain n'est pas l'apanage des géographes ni, par ailleurs, des sociologues que sont Comte, Marx, Durkheim et Weber (Demeulenaere, 2012).

Paul Vidal de la Blache joue un rôle clé dans la reconnaissance du terrain par des observations de paysages. Il aurait déclaré : « Avec les livres, on ne fait que de la géographie médiocre, avec des cartes on en fait de la meilleure ; on ne la fait très bonne que sur le terrain » (Ardaillon, 1901 *in* : Calbérac, 2010). Les géographes suivants multiplient les excursions et les monographies et outillent cette pratique du terrain en incitant à la prise de photographies, à la recherche en archives et à la rencontre de la population (Wolff, 2013). Avec Gallois, Jean Brunhes, Albert Demangeon, Emmanuel de Martonne ou Blanchard, la pratique du terrain est adoptée progressivement par la profession (*ibid.*). Ce n'est pourtant pas sans critique : Simiand, en 1902, s'inquiète de la multiplication des monographies réalisées suite à des enquêtes de terrain car cela conduit, selon lui, à se concentrer sur le particulier aux dépens d'analyses générales (Calbérac, 2010). Dans les années 1970, la géographie voit émerger l'analyse spatiale et autre méthode quantitative où un déplacement sur la zone d'étude n'est pas toujours nécessaire.

La pratique du terrain n'est pas véritablement questionnée avant les années 2000, à l'exception d'écrits en histoire de la géographie et de publications d'Yves Lacoste, via deux numéros spéciaux de la revue Hérodote (Lacoste, 1977 ; Lacoste, 1978 ; Calbérac, 2010) et son Dictionnaire de géographie (Lacoste, 2003). Yves Lacoste reconnaît l'intérêt du travail de terrain en tant que « synonyme de contact direct avec la réalité » (*ibid.* : 378) tout en concédant que les outils doivent être renouvelés avec l'ajout d'outils quantitatifs comme les questionnaires. Hormis ces contributions, le terrain reste « une sorte d'impensé disciplinaire tenace » (Calbérac, 2010 : 24). Fidèle à l'héritage positiviste, la géographie « érig[e] la méthode en règle de vie » (Calbérac, 2011) avec la « trinité observation, hypothèse, vérification » (*ibid.*). Mais ce discours normé ne favorise pas une prise de recul sur la pratique

du terrain. Cela limite le développement d'outils propres à la discipline et conduit à un recours fréquent à ceux d'autres SHS (Calbérac, 2010 ; Serra Mallol, 2016) tels que les entretiens semi-directifs et compréhensifs, l'ethnographie, les récits de vie ou l'observation participante.

Il faut attendre les années 2000 pour que s'opère un « tournant réflexif » (Brachet, 2012). Le travail de terrain se développe en SHS et notamment en sociologie et en ethnologie. Les zones d'étude ne se réduisent plus aux « régions » de Demangeon et de Vidal de la Blache (Calbérac, 2010) mais se diversifient, incluant des espaces plus restreints : quartiers, espaces privés, sièges d'entreprises, etc. L'immersion et des entretiens rallongés sont privilégiés aux dépens des questionnaires (*ibid.*).

Les publications sur la pratique du terrain se multiplient avec les contributions de Yann Calbérac (*ibid.* ; Calbérac, 2011), d'Anne Volvey et d'Isabelle Lefort, les numéros spéciaux des Annales de Géographie (Volvey *et al.*, 2012) et du Bulletin de l'association de géographes français (Galochet & Masson, 2022) : ils proposent un retour sur des expériences personnelles du terrain ou sur celles d'autres géographes (Robic, 1996 ; Baudelle *et al.*, 2001 ; Lefort, 2003) et un questionnement méthodologique et épistémologique (Vieillard-Baron, 2005 ; Ghorra-Gobin *et al.*, 2007 ; Lefort, 2012 ; Claval, 2013 ; Galochet & Masson, 2022).

Les analyses produites dans ce contexte se rejoignent sur plusieurs points.

Elles montrent, tout d'abord, le caractère construit du terrain. Le terrain est produit par le chercheur et n'existe pas sans lui. De même, il ne transparaît que par des écrits et des discours : « il ne se donne à voir que par la médiation de son écriture par l'auteur-géographe (le seul à l'avoir vécu, ressenti, parcouru) » (Lefort, 2012). Cela rend d'autant plus important un retour réflexif.

Pour autant, les travaux actuels soulignent que la méthode pour conduire le travail de terrain n'est pas stabilisée et s'apparente davantage à du « bricolage ». « Loin d'être fixée et intangible, la méthode est bien souvent définie *a posteriori*, c'est-à-dire au retour du terrain, afin de donner cohérence aux diverses pratiques mises en œuvre et donner de la crédibilité aux données récoltées » (Calbérac, 2010). Les enquêtes donnent lieu, dans ces conditions, à l'expérimentation de moult méthodes : Julie Le Gall s'appuie sur une « circulation vagabonde, sélective ou libre (Le Gall, 2011) pour étudier le complexe maraîcher de Buenos Aires tandis que Margaux Alarcon mène des « tours de plaine » : faire le tour des exploitations agricoles avec l'agriculteur enquêté est, d'après elle, un moment privilégié pour comprendre

le rapport à la nature de ce dernier (Alarcon, 2018). De même, la présentation des terrains, la retranscription du travail à son sujet et la formulation d'analyses s'appuie sur des monographies (Béal, 2012), l'étude de verbatims, la rédaction de récits (Guétat-Bernard, 2007) ou d'histoires (Kazic, 2022).

Ainsi, plusieurs invitent à reconnaître ce « bricolage » et à l'intégrer dans une réflexion méthodologique. Il s'agit alors de s'intéresser aux « écarts qui surviennent entre l'intentionnalité du protocole et les pratiques effectives des chercheurs qui relèvent bien souvent du bricolage, chemins de traverse et autres arts de faire » (Calbérac, 2011).

Enfin, les auteurs s'accordent pour dire que le terrain est partie intégrante de l' « imaginaire disciplinaire » en géographie (Calbérac, 2010). Sa pratique durant la thèse est un passage obligé dans le cursus du géographe, une « injonction normative tenace » (Volvey *et al.*, 2012), un « rite de passage » (Lefort, 2012). Être allé sur le terrain participe à la reconnaissance d'un géographe par ses pairs (*ibid.* ; Galochet & Masson, 2022) et est un indicateur de véracité et de rigueur scientifique : « la pratique du terrain [...] seule permet la validité des savoirs énoncés, et donc sert de gage au chercheur pour légitimer ses travaux » (Calbérac, 2010 : 134). La force de l'imaginaire collectif suggère que le lien qui lie le géographe à son terrain n'est pas purement rationnel mais est sensible, affectif, personnel (Calbérac, 2010). Marie-Claire Robic parle même de « foi dans le terrain » (Robic, 1996). Le ton de certains textes en témoigne : Di Méo et Buleon montrent que faire du terrain consiste à « repérer les frémissements de sens qui agitent la face de la terre dans la zone concernée : noms de lieux attribués et mis en scène, créés de toutes pièces ou exhumés, signes multiples produits par les sociétés et projetés sur l'espace, discours de tous ordres » (Buleon & Di Méo, 2005 : 85). La surprise, l'inattendu et l'étonnement sont des moteurs pour le chercheur (Calbérac, 2010).

Pour conclure, cet état des lieux préalable sur la pratique du terrain éclaire la compréhension de cette pratique dans le cadre de la thèse. Il justifie, en particulier, le choix progressif de méthodes et souligne le paradoxe d'une pratique de terrain très valorisée en géographie mais peu réinterrogée ou mobilisant des outils issus d'autres SHS. Le cadre méthodologique de cette thèse qui associe approches compréhensives et comparatives a ainsi été défini progressivement, au fil de l'enquête et de recherches bibliographiques pluridisciplinaires.

## 2 UNE APPROCHE COMPRÉHENSIVE

### 2.1 PRINCIPES

#### 2.1.1 Comprendre comme leitmotiv

Il est des termes qui structurent les Sciences Humaines et Sociales depuis leur début : « l'idéal et le matériel, l'individualisme et l'holisme [...], la subjectivité et l'objectivité, [...] l'expérimentation et la déduction, [...] le synthétique et l'analytique, la diachronie et la synchronie, la micro et la macroanalyse » (Guetat-Bernard, 2007 : 65). À cet ensemble d'oppositions, s'ajoute celui entre l'explication et la compréhension qui ne cesse de faire couler de l'encre en épistémologie. Le recours à une méthode compréhensive invite à définir ce terme.

Étymologiquement, comprendre vient du latin *comprehendere*, signifiant « saisir ensemble », ce qui a donné par extension « saisir par l'intelligence, embrasser par la pensée » (CNRTL). Wilhem Dilthey est le premier à l'employer pour distinguer les « sciences de l'homme » des « sciences de la nature ». Pour Dilthey, la compréhension désigne une « procédure psychologique d'intuition immédiate et de participation empathique » (Grassi, 2005). L'intérêt est porté à l'individu, à ses expériences vécues, sa vie quotidienne, ses perceptions et à ses représentations (Grassi, 2005), le tout étant désigné par le concept d'*Erlebnis* (expérience) (*ibid.*). Cela s'oppose à une démarche qui viendrait « expliquer » des phénomènes par un système causal et mécanique et qui déboucherait sur la formulation de lois générales (cf. Tableau 4).

La sociologie compréhensive connaît un renouveau dans les années 2000 (Gonthier, 2004 ; Grassi, 2005 ; Charmillot & Dayer, 2007 ; Alarcon, 2018). Elle consiste dès lors en l'« analyse de la société contemporaine dans sa dimension de vécu quotidien » (Grassi, 2005). Elle s'intéresse, pour ce faire, au sens donné par des acteurs à leurs pratiques, à des phénomènes ou à des objets (Alarcon, 2018) et aux logiques sociales, individuelles et collectives, qui guident ces significations (Charmillot & Dayer, 2007).

La connaissance produite n'a qu'une validité temporaire : elle prend la forme non pas de lois générales mais de « propositions hypothétiques valides jusqu'à preuve du contraire, qui opèrent dans un cadre probabiliste » (Grassi, 2005). Le caractère éphémère n'est pas défaut mais est inhérent aux objets des SHS que sont l'humain et la société.

La méthode compréhensive s'inscrit dans le prolongement des travaux de Max Weber (Kalberg, 2010). Pour le sociologue allemand, comprendre consiste en « la saisie du sens subjectif des actions "de l'autre" dans ses propres termes » (*ibid.* : 75). Weber a ainsi cherché à comprendre le sens accordé par le puritain au travail, par les fonctionnaires publics aux bureaucraties, par les confucéens, les hindous, les bouddhistes à la religion ou encore par les protestants au travail. Pour saisir ce sens subjectif, la méthode compréhensive s'attache aux actions individuelles observables et décrypte les motivations multiples, individuelles et collectives, qui les guident. La démarche n'est pas, en ce sens, comparative : il ne s'agit pas de comparer des situations pour en identifier des invariants et aboutir à des théories générales mais de restituer la singularité d'un groupe social précis et d'identifier chez lui une « disposition d'esprit » (*Gesinnung*) qui lui est spécifique (*ibid.* : 76). La méthode compréhensive est alors mobilisable pour analyser l'ensemble des groupes sociaux.

La démarche n'est toutefois pas sans difficultés : elle suppose une ouverture du chercheur à des significations qui lui sont autres ou étrangères. Il ne juge pas les significations ni ne les hiérarchise suivant leur caractère plus ou moins civilisé ou « normal » et vise, au contraire, une « neutralité axiologique » (*ibid.* : 76).

Tableau 4 Comprendre et expliquer : deux démarches qui tendent à être opposées

	Comprendre	Expliquer
Question de recherche	Pourquoi	Comment
Domaines de recherche	Sciences humaines et sociales	Sciences « exactes » : mathématiques, sciences de la vie et de la terre.
Démarche	Inductive	Déductive
Répercussions sur une démarche en SHS et résultats attendus	Aborder un cas d'étude en partant de la réalité empirique S'intéresser au sens qu'accordent les individus à leur action, à des phénomènes ou à des objets Restituer la singularité et la complexité du cas étudié	Aborder un cas d'étude à partir de problématiques et de lois générales Identifier les causes d'un phénomène Monter en généralité : parvenir à une conceptualisation abstraite et à des théories générales

	Aboutir à des « propositions hypothétiques valides jusqu'à preuve du contraire, qui opèrent dans un cadre probabiliste » (Grassi, 2005)	
D'après Kalberg, 2010 ; Pesce, 2019		

### 2.1.2 Une focalisation sur l'acteur

L'approche compréhensive donne une place essentielle à l'acteur qui est devenu depuis les années 1980, un concept majeur de la géographie (Raffestin, 1986 ; Di Méo, 1996) et des SHS. Je définirai l'acteur en m'appuyant sur deux définitions.

La première provient de l'aménagement et de l'économie territoriale et est proposée en 2003 dans l'ouvrage collectif intitulé *Les acteurs, ces oubliés du territoire* (Roux et al., 2003). Ce livre apparaît comme un manifeste pour la reconnaissance de l'acteur en aménagement et pour son retour sur le devant de la scène pour reprendre la métaphore théâtrale utilisée par les auteurs. L'acteur y est compris comme :

*« Tout homme ou femme qui participe de façon intentionnelle à un processus ayant des implications territoriales. Ces acteurs contribuent à la constitution de territoires et ce, quels que soient les niveaux d'implications et/ou leur place dans les systèmes de décision » (ibid.).*

Du fait de son ancrage spatial, l'acteur est qualifié de « territorialisé » (*ibid.*).

La deuxième définition est plus large et mobilisable par l'ensemble des courants de la géographie. Proposée dans le *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (Lévy & Lussault, 2003), elle fait de l'acteur un « actant pourvu d'une intériorité subjective, d'une intentionnalité, d'une capacité stratégique autonome et d'une compétence énonciative » (*ibid.*) où l'actant est une « réalité sociale, humaine ou non-humaine, dotée d'une capacité d'action » (*ibid.*). L'acteur est, dans ces conditions, un individu ou un collectif.

La thèse s'appuie sur ces deux définitions. À la première est reprise l'inscription de ce travail dans un contexte spatio-temporel : ce dernier influence les actions de l'acteur et est modifié en retour par ces actions. À la seconde sont repris deux éléments :

- L'acteur a une subjectivité et par-là-même, une capacité de choix, d'action et de parole en son nom propre,
- La capacité d'action de l'acteur ne signifie pas une participation intentionnelle à un projet comme le soutiennent Roux et ses coauteurs. Son action n'est, dans ces conditions, pas nécessairement conscientisée et verbalisable.

Dans cette lignée, l'attention est portée aux acteurs individuels et au sens qu'ils confèrent à l'oignon et à leur activité. L'oignon qui est cultivé, commercialisé, cuisiné et consommé est conçu comme le résultat d'un choix de la part de l'acteur, quand bien même des normes sociales et locales et des contraintes liées, par exemple, au catalogue des semenciers et des pépiniéristes peuvent exister. Il en est de même pour les pratiques culturelles et culinaires qui donnent à voir la capacité d'action et de choix de l'acteur. Cette conception de l'acteur justifie, en outre, que les discours constituent le support de l'analyse et soient étudiés au regard du contexte spatio-temporel d'énonciation.

### **2.1.3 Une approche qualitative**

La saisie de ce sens s'appuie sur du matériel empirique collecté lors d'entretiens et d'observations. La méthode compréhensive se rattache, en cela, aux méthodes qualitatives.

Cette méthodologie en développement depuis les années 1980 est définie par Pierre Paillé (2012) comme étant « une recherche qui implique un contact personnel avec les sujets de la recherche principalement par le biais d'entretiens et par l'observation des pratiques dans les milieux-mêmes où évoluent les acteurs » (*ibid.*). Les sources utilisées sont des témoignages, des images, des notes écrites, etc. De même, l'objectif étant de comprendre les pratiques et les représentations des acteurs, l'analyse des informations se fait moins par des calculs statistiques que « d'une manière naturelle, sans appareil sophistiqué » (*ibid.*). La démarche qualitative n'est pas « une procédure simple ne nécessitant pas de méthodologie particulière » comme l'affirmait ironiquement Jean-Claude Kaufmann (2004). Elle implique, au contraire, des techniques spécifiques tant au moment du recueil des données que de leur traitement. Trois points de vigilance sont, de ce fait, nécessaires (Arborio, 2007) :

- Voir au-delà de ce qui nous est donné à voir et ne pas s'arrêter à ce que l'on observe au premier coup d'œil ;
- Savoir se détacher de nos cadres de pensées et de perception, pour ne pas être, en quelque sorte, « prisonniers de lunettes » (*ibid.*) ;

- Veiller à ne pas se réduire à des observations ponctuelles et diffuses : l'objectif est analytique et le suivi d'un protocole d'entretien décidé en amont est indispensable.

Les défenseurs de l'approche compréhensive insistent cependant sur le fait que la méthode compréhensive n'est pas strictement synonyme de la méthode qualitative. Elle offre un angle propre en se focalisant sur le sens donné par les acteurs à tout type d'élément. Je propose d'approcher ce sens à travers les discours tenus durant l'enquête.

### **2.1.3.1 Les limites d'une approche quantitative**

Le choix d'une approche qualitative pour aborder les légumes et les oignons s'explique, en particulier, par le fait qu'une approche exclusivement quantitative poserait des difficultés : manque de données, taille moyenne des parcelles relativement réduite, évolution régulière des cultures (Le Gall, 2011 ; Guillemin, 2020). Les données chiffrées ne sont toutefois pas exclues de ma thèse : la consultation des Archives et de fonds locaux (cf. 4.4), de sites statistiques nationaux, de monographies et la littérature scientifique a, cependant, donné lieu au recueil de données chiffrées. Elles sont notamment utilisées pour contextualiser les terrains d'étude. Il importe, dans ces conditions, de décrire la place donnée au « quantitatif » dans cette thèse et justifier ce choix de faire prévaloir une approche qualitative.

### **2.1.3.2 Les données et statistiques disponibles**

Méthodes quantitatives et étude de la production légumière sont loin d'être des antonymes, notamment en géographie économique, en économie et en agronomie. Les chercheurs réalisent, par exemple, des questionnaires auprès d'agriculteurs (Tujague-Gibourg, 2004 ; Sounkoura *et al.*, 2011), élaborent des typologies d'exploitations (Tujague, 2001 ; Guillemin, 2020) et modélisent les flux d'approvisionnement d'une agglomération (Guillemin, 2016), des chaînes de valeurs de filières maraîchères (Sounkoura *et al.*, 2011) et des systèmes de production (Möhring & Mack, 2012 ; Brulard, 2018).

De plus, la production de légumes fait l'objet de nombreuses statistiques publiées par des organismes publics, nationaux ou régionaux, à propos de l'agriculture, l'occupation des sols, la structure des exploitations, les rendements, la conjoncture du marché, la main d'œuvre, le mode de production et de commercialisation, l'accès au foncier.

La principale source d'informations est le Recensement agricole ou *Landwirtschaftszählung* réalisé tous les dix ans suivant un cadre commun à l'Union Européenne. En France comme en Allemagne, il s'organise autour d'un même ensemble de questions posées à l'ensemble des



exploitations agricoles. En France, il est supervisé par le Service de la statistique et de la prospective du Ministère en charge de l'Agriculture et outre-Rhin et par *DeStatis – Statistisches Bundesamt* (Office allemand de la statistique). Des données sont accessibles au niveau national, régional et communal. Les derniers recensements ont été publiés en 2010 et 2020.

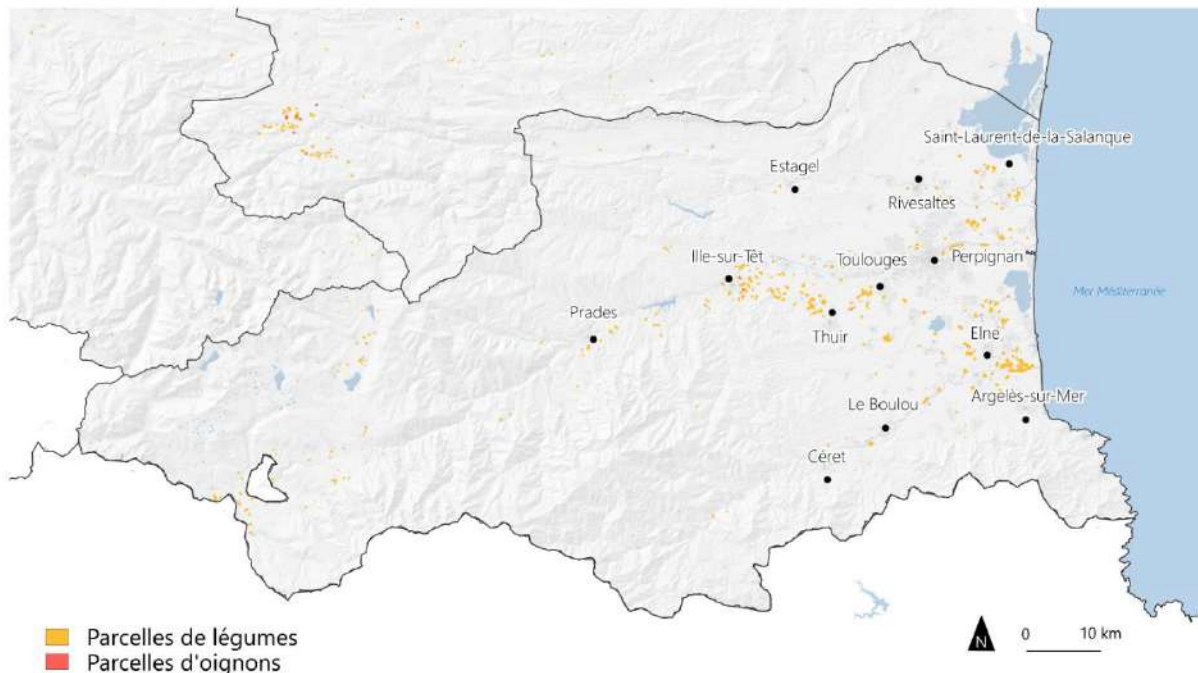
À côté de ces enquêtes de grande envergure, d'autres sources sont mobilisables pour approcher la production de légumes et d'oignons :

- La Statistique agricole annuelle (SAA), une enquête annuelle réalisée depuis 1947 par le Ministère français de l'Agriculture fondée sur un système de panel. Les surfaces et les rendements par production sont renseignés au niveau départemental, régional et national.
- Les données de FranceAgriMer, un Établissement public industriel et commercial (EPIC) rattaché au Ministère de l'Agriculture. Sa direction des Marchés, Études et Prospective publie des statistiques sur les filières agricoles et agroalimentaires, la conjoncture du marché, le commerce extérieur, les SIQO les met en ligne sur le portail VisioNet. L'organisme s'occupe, en outre, du Réseau des nouvelles des marchés (RNM) et de son système d'information qui donne accès en temps réel aux prix des produits alimentaires aux stades de la production, de l'expédition, de l'import et du commerce de gros et de détail. Ce relevé des prix quotidien est effectué par des agents du RNM ou par des personnels habilités. Il prend place dans neuf marchés de gros dont celui de Perpignan (cf. Chapitre 3, 2.2.1.5.3), des entreprises d'import-export et des commerces de détail dont 150 GMS (Grandes et Moyennes Surfaces), 40 magasins bio et 30 magasins en hard discount.
- Le Registre Parcellaire Graphique (RPG) est un système d'information géographique identifiant les parcelles agricoles et spécifiant le type d'occupation du sol, la structure foncière et la culture pratiquée sur les parcelles suivant une typologie composée, entre autres, de 37 légumes. Le RPG est accessible à tous dans sa version anonymisée. Cependant, étant fondé sur les demandes d'aide de la PAC, il tend à sous-estimer la production de légumes qui n'y est pas éligible et, notamment, celle prenant place dans des abris et dans de petites exploitations diversifiées (Guillemin, 2020). Dans d'autres études de cas, le croisement avec d'autres sources de données montre que le RPG ignore plus de 3000 hectares de maraîchage de l'agglomération nantaise (Guillemin,

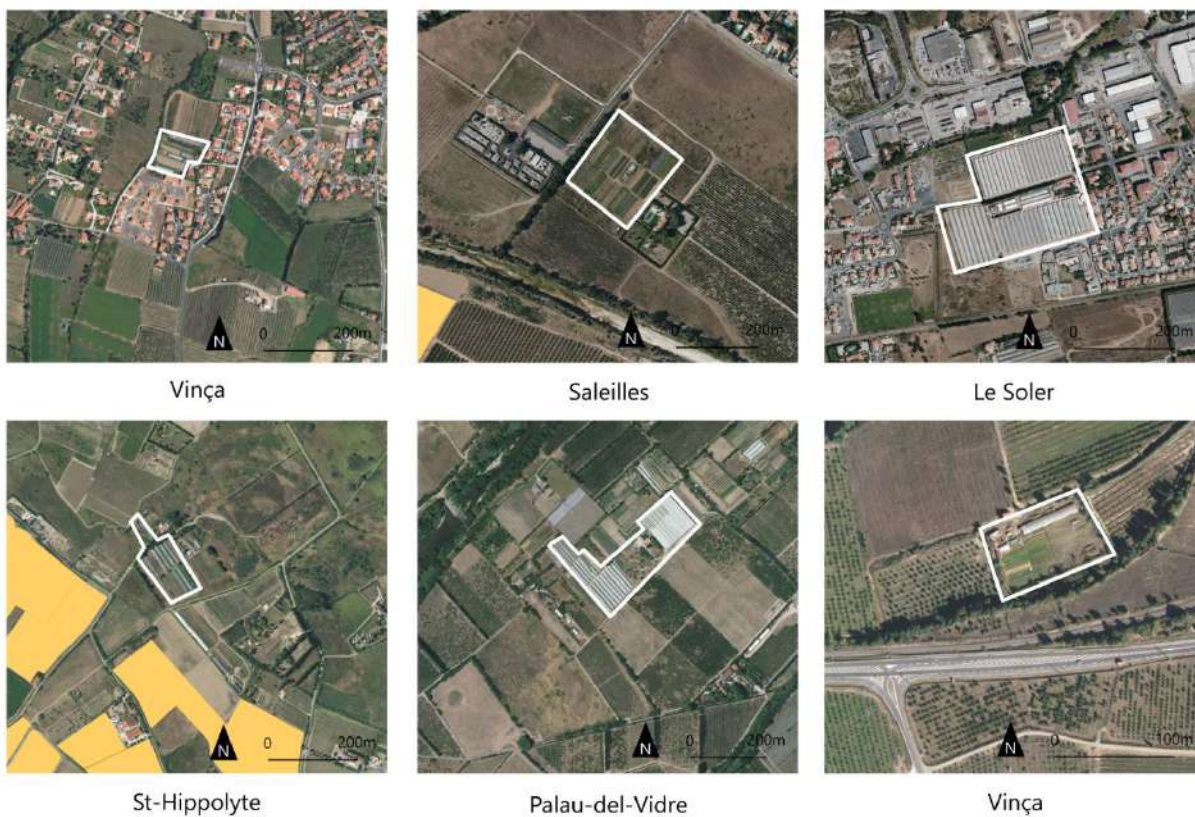
2016) et 22% des surfaces de légumes en Basse-Normandie (Guillemin, 2020). Ces imprécisions se vérifient dans les Pyrénées-Orientales. Des parcelles visitées durant l'enquête ne sont pas précisées (cf. Figure 7 L'oignon, légume invisibilisé par le RPG). Seules trois parcelles d'oignons sont renseignées dans les Pyrénées-Orientales, soit au total environ 1,5 hectares, ce qui est bien inférieur à la surface estimée durant l'enquête.

Figure 7 L'oignon, légume invisibilisé par le RPG

### L'oignon, légume invisible



Images aériennes d'exploitations où sont produits des oignons mais qui ne sont pas identifiées dans le RPG



Fond de carte : IGN BD Topo, OpenStreetMap, Bing Aerial (images aériennes)  
Sources du RPG : IGN, Agence de Services et de Paiement  
Réalisation : Jaume, 2023

- Les données sur l'Orientation Technico-économique des Exploitations (OTEX) catégorisent les exploitations en fonction de leur production principale et d'après une nomenclature composée de trois niveaux (Agreste, 2020). Elles sont dites spécialisées si une production équivaut à plus de deux tiers de leur Production Brute Standard (PBS). Cela permet de visualiser les exploitations spécialisées en maraîchage. Les exploitations sont classées en plusieurs catégories. Il y a trois niveaux de classification : le premier se compose de quinze postes et inclut les « Exploitations spécialisées en maraîchage ou horticulture » (code 2829), le deuxième en seize postes précise s'il s'agit de « Légumes ou champignons » (code 2800) et un troisième niveau en 64 postes précise si les exploitations sont spécialisées « en culture de légumes d'intérieur » (code 2821), « en culture de légumes de plein air » ou « dans la culture de champignons ». Pour celles non spécialisées et engagés en « polyculture et/ou polyélevage », le classement indique si elles pratiquent l'horticulture mais ne précise pas s'il s'agit de légumes.

Il en est de même en Allemagne. Une « Enquête sur les légumes » (*Gemüseerhebung*) est publiée chaque année par DeStatis. Le rapport détaille les volumes, les surfaces, les rendements et les exploitations engagés dans la production de légumes et de fraises, en bio et en conventionnel, en plein champ et sous abri. Les données concernent l'ensemble de l'Allemagne et sont disponibles pour chaque *Land*, à l'exception de Berlin et de Brême. Tous les quatre ans, soit en 2012, 2016 et 2020, c'est la totalité des exploitations d'au moins 0,5 hectare en plein air ou 0,1 hectare sous abri de cultures de légumes, de fraises ou de plants qui sont interrogées. Dans la période de quatre ans entre ces dates, les enquêtes se fondent sur un panel de 6000 exploitations.

En ce qui concerne Bamberg et la Bavière, l'Office bavarois de la statistique (*Bayerisches Landesamt für Statistik*) fournit des statistiques à l'échelle de la Bavière uniquement, des districts et des *Landkreise* sur les volumes, les surfaces, la structure des exploitations produisant des légumes et des oignons.

Les données mentionnées ici sont disponibles en partie librement sur des plateformes en ligne :

- « Genesis » géré au niveau fédéral par DeStatis et, pour la Bavière, par l'Office bavarois de la statistique,

- « Agreste » géré par le Ministère de l'Agriculture,
- « VisioNet » géré par FranceAgriMer.

Ces trois sites proposent des systèmes de tableaux et de graphiques interactifs qui permettent de visualiser les données. La multiplication de ces portails répond aux obligations réglementaires de l'Union Européenne qui, depuis la Convention d'Aarhus en 1998, promeut l'accès à l'information pour tous.

Enfin, en parallèle de ces données générales, des données quantitatives portant spécifiquement sur les terrains d'étude (cf. 1.2) ont été collectées.

### **2.1.3.3 Les limites du recours aux statistiques**

Les statistiques disponibles ne sont cependant pas sans limites, ce qui interroge la pertinence d'une approche exclusivement quantitative.

De manière générale, les données à la maille communale ou du moins, infra-départementale ne sont pas toujours publiques. Les informations disponibles sont à l'échelle départementale, ce qui complique leur utilisation dans une étude sur un bassin maraîcher infra-départemental. *In fine*, on ne peut que constater que les données qui concernent l'aval des filières agricoles, des secteurs de la distribution et de la restauration ne sont pas ou peu exploitables. Cela est confirmé par Jérémie Wainstain, directeur d'un service de partage de données environnementales, qui en fait un constat amer dans un ouvrage paru en 2022 : « Force est de constater que, pour le moment, le partage des données n'est pas, en France, la priorité des chaînes alimentaires. L'open data est inexistant et les échanges de données se limitent au strict minimum, tandis que les informations économiques de l'amont sont protégées comme un trésor de guerre. [...] L'open data agricole en est donc, en 2020, à peu près au même point qu'en 2014. Les données ouvertes sont éparpillées sur Internet, et les autres, les plus intéressantes, restent sous clé » (Wainstain, 2021). Cette situation a, selon lui, plusieurs explications : « éclatement des acteurs, multiplicité du vocabulaire, problème de gouvernance » (*ibid.*). Il est dès lors nécessaire de se contenter de données au niveau des départements ou des *Landkreise* pour obtenir des données exploitables sur l'oignon et les légumes.

Si des données sont disponibles, un nouveau problème peut se présenter : celui des fluctuations de la définition de la production de légumes et d'oignons. Des publications de DeStatis concernent en Allemagne l'horticulture ou *Gartenbau*, ce qui inclut les productions

de fruits, de légumes, de semences, plants, de plantes ornementales et de champignons et ne distingue pas spécifiquement les légumes (*Destatis. Statistisches Bundesamt, 2022*). Dans les données nationales en France et en Allemagne, les fraises et les champignons peuvent être prises en compte dans les statistiques sur les légumes. C'est le cas dans les chiffres sur l'OTEX en France et dans le *Gemüseerhebung*. Les données sur l'oignon réservent également des surprises. Les statistiques allemandes distinguent les *Bundzwiebeln* ou *Frühlingszwiebeln* (oignons jeunes<sup>19</sup>) et les *Speisezwiebeln* (oignons secs ou de consommation) où elles incluent les échalotes (*ibid.*). En France, une distinction d'un autre ordre est faite : celle entre oignons blancs et oignons de couleur (Agreste, 2020). Ces problèmes peuvent être certes, en partie, résolus par l'utilisation des tableaux interactifs de Genesis et d'Agreste et qui donnent accès à des données personnalisées pour les périodes récentes. Leur utilisation n'est, toutefois, pas toujours aisée ni ne permet l'homogénéisation globale des données.

Cette définition variable du légume apparaît, en outre, dans les archives consultées dans les Pyrénées-Orientales. Labau en 1884 estime à 2740 hectares la culture horticole dans le département mais ne donne pas de chiffres sur les légumes (Labau, 1884). Bordell (1976) et Peyrière *et al.* (1938) estiment les surfaces de « jardins » mais incluent à la fois les parcelles de légumes et les vergers. L'horticulture est ainsi davantage renseignée que la production de légumes.

La fluctuation des définitions, l'hétérogénéité des catégories et l'inaccessibilité des données compliquent leur exploitation et leur comparaison.

Il est d'autant plus difficile d'exploiter les données statistiques portant spécifiquement sur les terrains d'étude qu'ils sont éparpillés dans de multiples sources et fichiers.

F. Delpech insiste sur la rareté et l'éparpillement des sources concernant les jardiniers de Perpignan sous l'Ancien Régime. Elles sont une « sorte de pèle mêle où se côtoient archives judiciaires, archives ecclésiastiques, archives notariales, archives fiscales » (Delpech, 1997). Dès lors, si des estimations des surfaces maraîchères sont disponibles pour Perpignan au XVIIe siècle, il faut attendre le XXe siècle pour que celles concernant la plaine du Roussillon et des Pyrénées-Orientales soient disponibles (*ibid.*). Billerach fait le même constat dans son mémoire sur l'histoire de l'agriculture en Salanque au XIXe et au XXe siècle (Billerach, s. d.).

---

<sup>19</sup> En français, un oignon jeune peut être qualifié d'oignon tendre, frais ou de printemps. Ces termes sont synonymes. Par la suite, sera privilégié le terme d'oignon jeune.

Elle ne mentionne que ponctuellement les cultures maraîchères, du fait des faibles données disponibles. Parmi les six communes qui composent la Salanque, elle ne dispose que de données spécifiques pour l'une d'entre elles : Villelongue-en-Salanque. Elle note à son sujet qu'aux alentours de 1910, le maraîchage occupe entre 18 et 20 ha sont exploités en maraîchage, soit 2,5% des 700 hectares de terres labourables. Cela le place loin derrière la viticulture et ses 400 hectares. Elle note, par ailleurs, à cette époque un déclin des légumes secs.

Les données sur l'oignon à Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales sont tout aussi ponctuelles et lacunaires.

De la moitié du XVIIIe siècle à la fin du XIXe siècle, un *Questionnaire annuel sur les statistiques des communes de chaque canton sur les productions agricoles par produit* est organisé par l'État français. Disponible aux Archives départementales des Pyrénées-Orientales aux côtes 6M, il donne certes des informations sur les légumes mais uniquement au sens de légumineuses. Il inclut également les pommes de terre et les céréales mais il n'est nulle part question d'oignons. La commune de Perpignan établit chaque mois un *État des grains et légumes vendus sur les marchés de Perpignan* de l'an IX (1800) à 1815 (Ville de Perpignan, 1800) mais là encore, seuls les pommes de terre et les légumes secs que sont les haricots et les lentilles sont concernés. En 1855, le premier recensement agricole a lieu dans le Roussillon mais il ne donne pas d'informations sur le maraîchage. Les recensements agricoles du XXe siècle n'ont pu être consultés, à l'exception de publications de synthèses mais qui ne donnent pas de chiffre précis sur l'oignon et, *a fortiori*, sur les écotypes locaux de Bamberg et de Toulouges. Aucune donnée statistique sur l'oignon de Toulouges et sur la BBZ n'a pu être identifiée.

Outre leur rareté, c'est la fiabilité des chiffres trouvés sur les bassins maraîchers qui interroge. En particulier, le périmètre concerné par ces données peut se révéler très flou. Si des chiffres concernent la production légumière de Bamberg, le flou demeure quant au périmètre pris en compte. En effet, le territoire de Bamberg a évolué et prend sa forme actuelle en 1972 au moment de la *Gebietsreform* (réforme territoriale). Il intègre à cette date les quartiers de Bug, Gundelsheim, de Gaustadt, et de Bischberg (*Bayerischer Landtag*, 1971). Dans sa thèse parue en 1923 et riche en données, Dürrwachter ne précise pas s'il considère la commune de Bamberg de l'époque ou un périmètre plus large englobant les communes limitrophes où du maraîchage est pratiqué. Lorsque Peyrière et ses coauteurs évoquent 134 ha de jardins autour

de Perpignan en 1811 et 168 en 1820 et qu'ils soulignent leur forte croissance depuis la fin du XIXe siècle, à quel périmètre font-ils référence ? Ont-ils une définition stricte de Perpignan ou plus large englobant les communes alentours ? Cette question est d'autant plus justifiée que l'« *orta* » de Perpignan est décrite comme dépassant le strict cadre communal pour s'étendre sur Le Soler (Delpech, 1997). Un dernier exemple symptomatique de cette difficulté à accéder à des données fiables concerne l'ouvrage de Peyrière *et al.* (1938), abondamment cité dans les ouvrages ultérieurs sur le maraîchage et dans les rapports rédigés dans le cadre de démarches SIQO. Or, les auteurs de cet ouvrage faisant figure de référence tirent, eux-mêmes, leurs chiffres sur « Perpignan » d'une étude menée par M. Siau « dans la région de Perpignan » en 1855. Le périmètre est alors plus large.

La difficile estimation quantitative de la production de légumes et d'oignons tient à la structure-même de cette dernière : ses fortes variations d'une année à l'autre liées à la conjoncture, la rotation des cultures et l'association de cultures sur les parcelles. Cette dernière est pratiquée dans les Pyrénées-Orientales depuis le XIXe siècle avec la plantation de légumes et de plantes aromatiques entre les rangées de pêchers. Cette configuration correspondrait à un quart des surfaces en maraîchage en 1975 (Bordell, 1976) et s'observe encore aujourd'hui ponctuellement. Comment comptabiliser les surfaces dans ce cas ?

Ces limites sont des arguments supplémentaires pour adopter une démarche qualitative et compréhensive où les données quantitatives ne viennent qu'en complément. Ce parti pris s'observe de façon croissante en SHS dans les recherches sur l'agriculture et l'alimentation (Schmitz, 2021).

Des regards très sceptiques sont portés sur le recours au quantitatif en SHS. Michel Grossetti estime, par exemple, que l'utilisation de questionnaires, d'analyses statistiques ou de la télédétection sont des « tentatives pour les durcir par l'introduction de méthodes issues des sciences de la nature » (Grossetti, 2012) conduit à les « transform[er] en des sortes d'imitations des sciences de la nature dont on ne peut pas espérer beaucoup de progrès dans la compréhension du monde social. » (*ibid.*). Ces méthodes donnent l'illusion d'une « rigueur » qui témoigne, en réalité, d'une « perte de contact avec les situations sociales concrètes » et sont « peu adaptées à la saisie de l'humain et des activités sociales » (Grossetti, 2022).



Sans se montrer aussi sévère sur l'usage de chiffres, il est possible d'adopter une approche intermédiaire. Dans sa thèse, Guillemin prône une « mixité des méthodes quantitative et qualitative » (Guillemin, 2020 : 131). Il répond à une « ambition typologique d'inspiration quantitativiste » (*ibid.*) en réalisant des analyses multivariées et une typologie des exploitations produisant des légumes en Basse-Normandie d'après le Recensement Agricole de 2010. Il réalise ensuite de l'observation directe, des entretiens semi-directifs et une revue de la presse locale sur le maraîchage dont il extrait des citations sans recourir à la textométrie (*ibid.* : 123). La mixité des approches contribue à porter deux éclairages complémentaires sur son terrain d'étude : un cadrage statistique à petite échelle renforcée par un regard qualitatif à plus grande échelle, au niveau du bassin de production (*ibid.* : 124). Cela rejoint le point de vue de Serra Mallol, pour qui l'approche compréhensive vient « compléter et ajuster les quantifications officielles, pour éclairer les zones d'ombres statistiques » (Serra Mallol, 2016).

Je reprendrai cette idée d'une mixité des approches quantitatives et qualitatives tout en faisant prévaloir ces dernières. J'estime, en effet, qu'il est important d'assumer le recours à des méthodes qualitatives en SHS : elles ne sont pas uniquement mobilisées pour compléter ce que les chiffres n'ont pas pu démontrer. Des chiffres serviront à apporter des éléments de cadrage et de contexte sur l'oignon, les légumes et sur les terrains d'étude.

#### **2.1.4 Une saisie du sens à travers le discours des acteurs**

Pour recueillir le sens accordé à un objet ou à un phénomène, il est pertinent de s'appuyer sur les discours des acteurs tenus lors d'entretiens compréhensifs ou d'échanges plus informels. Ils sont, dans cette thèse, le principal matériau support de l'analyse.

Le discours prend un sens différent suivant son degré de formalisation et de construction. Il est, en premier lieu, un « développement oratoire sur un thème déterminé, conduit d'une manière méthodique, adressé à un auditoire » (CNRTL). Dans ce cas, le discours est orienté vers l'exposition d'une pensée, d'idées et d'arguments. Il peut néanmoins prendre un sens plus large en désignant des « paroles adressées à une ou plusieurs personnes » (CNRTL), une manifestation orale ou écrite du langage.

On distingue cinq types de discours (Adam, 1999) suivant la fonction qu'ils remplissent :

- Narratif durant lequel un narrateur relate une histoire auquel il prend part ou non,
- Argumentatif lorsque le but est de convaincre : une thèse est défendue avec l'appui d'arguments et d'exemples,

- Explicatif s'il consiste à faire comprendre une situation et à expliciter ses tenants et ses aboutissants.
- Injonctif s'il transmet un ordre ou un conseil. C'est ce type de discours qui, d'après Darré, est tenu par les acteurs « scientifico-techniques » aux agriculteurs et qui amènent à la diffusion de normes socio-professionnelles (Darré, 1996),
- Descriptif s'il vise à présenter une situation. Le point de vue peut être subjectif et « évaluatif » si un jugement de valeur est porté sur des éléments. Pour prendre deux exemples de discours évaluatifs en lien avec l'agriculture, Compagnone et Sigwalt montrent que, dans leur discours, les agriculteurs distinguent les sols « bons, mauvais, utiles, inutiles, pratiques » (Compagnone & Sigwalt, 2013). De même, le couple « ancien/nouveau » qualifie fréquemment les techniques de culture (Darré, 1984).

Un discours est individuel ou collectif. Le cas échéant, il est apparenté à un « récit » (Banos, Gassiat *et al.*, 2020), à un « référentiel » (Fleury *et al.*, 2014) dont le but est de justifier et véhiculer le projet d'un collectif. Il s'agit, en d'autres termes, d'un « cadre interprétatif par rapport auquel des individus, ou un groupe, orientent leurs actions et défendent leurs intérêts » (*ibid.*). Suivant l'acteur qui le porte, ce discours peut être qualifié de « médiatique, politique, scientifique » (Beucher & Mare, 2021) ou, plus largement, de « social » (Compagnone & Sigwalt, 2013).

Le discours est un outil pour les acteurs, il porte leur action et, loin d'être figé, ne cesse d'être en construction. Le discours est ainsi « l'outil privilégié de l'acteur territorialisé, que celui-ci soit le producteur, l'initiateur ou le pirate » (Roux *et al.*, 2003) pour appuyer une stratégie de développement local ou un projet de territoire. Les acteurs puisent dans l'histoire, dans l'espace local et dans la mémoire collective pour identifier des éléments fédérateurs (Sonnino, 2007 ; Banos *et al.*, 2020) qui favoriseront l'appropriation d'un discours collectif.

L'approche compréhensive donne une large place aux discours dans la mesure où le sens qu'elle recherche se manifeste par des actes et par le langage (Compagnone, 2015) et que sa saisie passe par l'observation et par l'écoute. La compréhension des situations se joue dans le temps de l'énonciation et de l'action, dans le *hic et nunc* et est, dès lors, dite « située et expérientielle » (Alarcon, 2018). Le chercheur ne pourra saisir rien d'autre que ce qui est dit et fait : il part du principe qu'il n'y a pas de séparation entre ce qui est dit et ce qui est fait. « Il ne s'agit pas de chercher du caché, de l'inconscient, de l'inattendu, mais plutôt de relever ce qui est tellement manifeste qu'on n'y prend pas garde. » (Darré *et al.*, 1993 *in* : Eychenne,

2008). Le chercheur considère donc la manière dont un acteur qualifie ses pratiques, les évaluent, les justifie (Compagnone & Sigwalt, 2013).

Le chercheur et l'acteur sont tous deux conçus comme des producteurs de sens : ce sens naît de leur interaction, durant un entretien, par exemple. Grassi parle d'une « construction intersubjective de sens » (Grassi, 2005). La relation entre enquêteur et enquêté est, par conséquent, horizontale. Le chercheur est à l'écoute. Davantage que la simple mobilisation de l'ouïe, cette écoute consiste en une disposition quasi-éthique d'ouverture à l'altérité et d'empathie (*ibid.* : 90). Il accepte ce qui lui est donné : dans la discussion, il réutilise les termes cités par l'enquêté et n'emploie pas de concepts abstraits (*ibid.*). Sa préoccupation « n'est pas de juger de la validité de la proposition mais de comprendre ce qu'elle signifie en tenant compte du contexte dans lequel elle est énoncée » (Ingold, 2012 : 172). Il fait une « description du phénomène tel qu'il se présente [à ses] yeux » sans tenter de les expliquer par des « causes mécaniques » (Grassi, 2005) et générales.

L'intérêt pour les discours dépasse le strict cadre de la méthode compréhensive et s'observe plus largement en géographie et en SHS, dans le cadre d'études sur l'agriculture et l'alimentation (Millet, 2017 : 84), les enjeux d'écologisation (Banos *et al.*, 2020) et de territorialisation (Morris & Kirwan, 2011 ; Sonnino, 2007), la représentation des sols (Compagnone & Sigwalt, 2013) et sur le rapport à l'alimentation (Burzala Ory, 2018). Cela conduit au développement d'outils et de méthodes pour organiser la collecte de données. L'enjeu est de réaliser des entretiens mais aussi d'en analyser le lexique et le ton utilisé, les noms et les symboles mentionnés (Serra Mallol, 2016), le contexte d'énonciation, les modalités de construction et de diffusion (Sonnino, 2007), les controverses et les rapports de force qu'il entraîne (Quéva, 2007 ; Aderghal *et al.*, 2017), les potentiels écarts entre les discours individuels et collectifs (Compagnone & Pribetich, 2017 ; Rouget *et al.*, 2021).

### **2.1.5 Réflexivité**

La démarche compréhensive est résolument réflexive. Le chercheur est un acteur à part entière et non un observateur extérieur et objectif. Une relation subjective et sensible le lie à son terrain, à son objet d'étude (Grossetti, 2022) et aux acteurs qu'il interroge. Le genre, l'âge, la vie quotidienne, les expériences passées, les valeurs et l'origine géographique et sociale (Serra Mallol, 2016) influencent la position du chercheur et, par là même, les résultats de son étude. Il importe ainsi d'assumer cette part de subjectivité et de préciser la manière dont elle peut influencer sur l'analyse.

Cela se traduit par :

- Une explicitation du statut de l'enquêteur durant sa recherche (cf. 4.1),
- L'adaptation des questions de recherche aux problématiques rencontrées par les acteurs : il s'agit de « construire l'activité scientifique à partir des questions que se posent les acteurs en relation avec leurs savoirs concrets, plutôt qu'à partir des questions que le ou la chercheur·se, uniquement, se pose » (Alarcon, 2018). Les questions de recherche se construisent, de ce fait, par des va-et-vient entre l'enquête de terrain et des lectures bibliographiques,
- L'emploi de la première personne du singulier. Adopté en anthropologie, en sociologie et en ethnologie, le « je » fait depuis peu son apparition en géographie (Guinard, 2019). Contrairement, à ces dernières, il continue à faire débat dans cette discipline où le « nous » et les formules passives et impersonnelles sont privilégiées, telles de prétendues garanties d'objectivité. On associe le je à une marque de narcissisme ou à celle d'une subjectivité qui n'aurait pas sa place dans un travail scientifique. Cet extrait témoigne des doutes qui persistent à l'encontre de la première personne du singulier :

*« L'utilisation de l'ordinateur pour écrire ses textes personnels ou ses courriels, la pratique des SMS, la fréquentation des réseaux sociaux conduisent inévitablement au triomphe du Je sur le Nous. Il serait intéressant de réaliser un comptage des textes de jeunes géographes écrits à la première personne du singulier comparativement à des écrits plus anciens de leurs prédécesseurs. La pratique de l'écriture numérique est là aussi à mettre en relation avec ces nouveaux comportements. Moins de retenue, souci d'affirmation personnelle, relation plus directe avec le lecteur ? Une première personne du pluriel ressentie comme précieuse, distante, voire prétentieuse ? Un Nous qui feindrait l'humilité et semblerait dépassé, restreint de plus en plus aux déclarations des évêques, aux procès-verbaux de police ou aux arrêtés municipaux et qui paraîtrait alors bien inutile dans un travail de recherche ? Nous n'avons pas de réponse à cette interrogation que je me contente seulement de formuler ici. » (Troin, 2021)*

Le « je » tend néanmoins à se développer. Pour ses défenseurs, il est le moyen de rendre compte de la position des chercheurs dans un travail scientifique (Olivier de Sardan, 2008), d'aborder les enjeux méthodologiques et d'offrir une écriture qui, « tout en restant scientifique, est plus libre » (Guinard, 2019). Dans le cas présent, l'utilisation

du « je » répond à la mise en œuvre de la méthode compréhensive et à l'expérience de solitude vécue durant la thèse. Elles motivent l'utilisation du « je » ou, du moins, rend difficilement concevable l'utilisation d'un pronom pluriel. Toutefois, étant peu habituée à son usage, ce n'est pas sans appréhension que le « je » a été choisi.

- La diffusion des résultats de sa recherche auprès des acteurs concernés. L'analyse n'est pas conçue comme le fruit du seul chercheur mais comme construite au fil des échanges avec les acteurs. Il importe, par conséquent, de « rendre compte au groupe social étudié » (Serra Mallol, 2016) de ses résultats, aussi temporaires soient-ils, lors des entretiens ou d'évènements ponctuels comme des conférences et des réunions publiques. La partie 4.1.1 revient sur les actions faites en ce sens.

## **2.2 MÉTHODE COMPRÉHENSIVE, GÉOGRAPHIE ET AGRICULTURE**

L'approche compréhensive a été mobilisée en géographie et/ou dans des recherches sur l'agriculture et l'alimentation. Son usage en géographie est motivé par le fait qu'elle offre des outils pour étudier le rapport aux lieux et à l'espace (Guétat-Bernard, 2007 : 66) et qu'elle présente des proximités avec la géographie, notamment sociale : sa focalisation sur l'acteur, son intérêt pour les discours et les représentations, sa dimension qualitative et réflexive (*ibid.*). Elle a été, par exemple, utilisée pour aborder le rapport à l'espace public urbain (Viala, 2001) ou le rapport aux lieux domestiques suivant des logiques de genre (Guétat-Bernard, 2007). Ces deux auteurs insistent sur le renouvellement méthodologique que permet la méthode compréhensive, sur ses qualités heuristiques et sur sa pertinence pour étudier des objets jusque-là peu explorés par les SHS.

La méthode compréhensive a, en outre, été mobilisée pour aborder des thématiques agricoles et alimentaires. Une étude statistique des thèses soutenues au laboratoire Dynamiques Rurales entre 1995 et 2016 montre le recours croissant à l'approche compréhensive et son association avec une longue immersion sur le terrain, des entretiens et de l'observation participante (Denoël *et al.*, 2016). Outre les thèses, de nombreux travaux mobilisent cette démarche tels que ceux portant sur le rapport au sol d'agriculteurs de Vendée (Compagnone & Sigwalt, 2013) et du Pays d'Auge (Marie *et al.*, 2008), sur l'attention portée à la nature par les agriculteurs conventionnels (Alarcon, 2018), sur les comportements alimentaires (Serra Mallol, 2016), sur la perception de l'écologisation par des agriculteurs (Lamine, 2017) ou sur le sens donné à l'estive par des éleveurs dans les Pyrénées ariégeoises (de Eychenne, 2008).

Chez de Eychenne (2008), la méthode sert à comprendre le lien qui unit les éleveurs aux estives autrement que par des considérations économiques et techniques. « En se mettant au côté des éleveurs, dans l'attention portée au regard qu'ils portent eux-mêmes sur ce territoire à haute valeur symbolique, le chercheur accède à une nouvelle forme de compréhension des rapports société-nature. » (Eychenne, 2008 : 8). Compagnone & Sigwalt (2013) ont des propos similaires lorsqu'ils étudient les représentations du sol chez des agriculteurs vendéens : « nous nous appuyons non pas sur une observation de ce que font les agriculteurs ou de ce qu'ils perçoivent mais sur ce qu'ils disent de ce qu'ils font et de ce qu'ils perçoivent » (Compagnone & Sigwalt, 2013). Leur but est de saisir à partir des discours la manière dont les producteurs qualifient et évaluent les sols et les pratiques à leur égard. Ils s'intéressent, autrement dit, non pas aux sols et aux pratiques en tant que tels mais à la signification qui leur est conférée dans les discours. En concevant cette signification comme inscrite dans un contexte spatio-temporel et social, ces auteurs étudient les logiques sociales à l'œuvre et, notamment, le rôle des interactions privées et professionnelles et se demandent en quoi elles influencent le rapport aux sols et un changement de pratiques à leur égard.

### **2.3 CONCLUSION**

Cette présentation donne à voir les principaux traits de l'approche compréhensive dont le but est de comprendre le sens accordé à un élément par les acteurs à partir de leurs discours. Cette approche est plébiscitée dans des études sur l'agriculture et l'alimentation. Elle permet de « répondre à [une] exigence de rigueur scientifique » (Guetat-Bernard, 2007 : 104) et de retranscrire, au plus près, ce qui se passe sur le terrain. Son utilisation dans cette thèse est donc pleinement justifiée et, pour enrichir et consolider ses résultats, je lui associe une démarche comparative. J'en précise les motifs dans le chapitre suivant.

## **3 ABORDER L'OIGNON PAR UNE COMPARAISON**

Cette thèse s'appuie sur une comparaison entre deux terrains où il existe un écotype d'oignon renommé localement mais dépourvu d'IG : les Pyrénées-Orientales et la région de Bamberg où sont respectivement cultivés l'oignon rouge de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* (BBZ). La conduite d'une comparaison implique cependant un cadrage méthodologique et des points de vigilance. Les expliciter est l'objet de la partie qui suit.

### 3.1 LA COMPARAISON. ÉLÉMENTS DE CONTEXTE ET DE DÉFINITION

Vigour définit la comparaison comme « une stratégie d'enquête et de recherche qui imprègne l'ensemble de la démarche du chercheur, de la définition de la problématique au choix du terrain, en passant par la construction des données, leur analyse et leur explication » (Vigour, 2005 : 17). Elle consiste à identifier des différences et des similarités entre des cas d'étude et à les analyser à partir de catégories analytiques en vue de parvenir à un propos plus général (Giraud, 2012). Elle rencontre un fort écho dans les SHS contemporaines, que ce soit en sociologie, en science politique, en anthropologie, en histoire et en géographie, du fait de la haute valeur heuristique qui lui est conférée (De Verdalle *et al.*, 2012).

Elle s'inscrit dans l'histoire longue des SHS. Ce sont des sociologues qui défendent, les premiers, son intérêt, en témoigne cette formule de Durkheim au début de son ouvrage sur le suicide : « on n'explique qu'en comparant » (*ibid.*). Weber compare des profils issus de différents lieux et époques pour comprendre les motivations à agir de chacun et le rapport à la subjectivité et identifier des idéaux-types (Kalberg, 2010) : « du puritain, du lettré confucéen, du moine bouddhiste, du brahmane hindou, des prophètes de l'Ancien Testament, des seigneurs féodaux ou des fonctionnaires des bureaucraties modernes » (*ibid.*). À cette époque, la géographie préfère les monographies et Vidal de la Blache ne cache pas son scepticisme lorsqu'il évoque la thèse de Jean de Brunhes fondée sur une comparaison des pratiques d'irrigation en Afrique du nord et dans la péninsule ibérique :

*« La véritable unité du livre de Mr Brunhes réside, moins dans des analogies contestables, que dans les observations et les idées personnelles que des enquêtes sur les lieux, menées avec beaucoup de soin, ont inspirées à l'auteur ou qu'elles ont confirmées en lui. [...] Chaque contrée, dit-il, exige une solution particulière, que seule une sérieuse enquête géographique peut fournir. C'est à ceux qui ont dégagé le principe qu'il appartient d'en poursuivre les diverses applications. »*  
(Vidal de la Blache, 1902 in : Calbérac, 2010 : 147).

C'est dans les années 1950 que se développent les comparaisons en histoire (de Verdalle *et al.*, 2012) et en science politique (Hassenteufel, 2005). Concernant ces dernières, les approches quantitatives initiales sont enrichies d'approches plus qualitatives et fondées sur un nombre de cas plus limité (*ibid.*; Beck, 2011). Elles concernent, cependant, quasi-exclusivement des pays (Bartel *et al.*, 2021) et, quand bien même elles portent sur des espaces plus locaux, elles font prévaloir le contexte (supra)national (Demazière *et al.*, 2013). Dans les

années 1980, le cadre national reste la référence mais l'intérêt pour les migrations ouvre la porte à l'étude de dynamiques transnationales (Hassenteufel, 2005). La géographie commence également à s'intéresser à la comparaison (Gourou, 1984 ; Calbérac, 2010).

Le début du XXI<sup>e</sup> siècle marque un nouveau départ pour le comparatisme en SHS. Les travaux se multiplient (Hassenteufel, 2005 ; De Verdalle *et al.*, 2012), favorisés par la demande de structures publiques ou privées qui voient dans la comparaison un moyen d'évaluer et d'optimiser leur action (De Verdalle *et al.*, 2012). Les terrains, les méthodes, les thématiques se diversifient (Demazière *et al.*, 2013) : comparaison inter-sites (Yin, 1984 ; D'Amboise & Audet, 2005), agriculture comparée (Cochet *et al.*, 2007), histoire croisée (Werner & Zimmermann, 2003), etc.

Cela ravive cependant les interrogations méthodologiques. La comparaison doit être non pas un outil secondaire mais une « stratégie de recherche » à part entière (Bartel *et al.*, 2021) sur laquelle il convient de porter un regard réflexif et d'en expliciter systématiquement les objectifs, les motivations et les modalités (De Verdalle *et al.*, 2012 ; Demazière *et al.*, 2013). Ce travail d'explicitation peut se résumer à trois questions : que comparer, pourquoi et comment ? (Giraud, 2004 ; Béal, 2012). Précisons le sens de ces interrogations et les réponses que j'y apporte dans ma thèse.

### **3.2 POURQUOI COMPARER ?**

« Pourquoi comparer ? » équivaut à s'interroger sur la finalité de la comparaison.

Certains auteurs répondent très simplement que comparer est le comportement propre la pensée humaine, une action que font chercheurs et non chercheurs au quotidien (De Verdalle *et al.*, 2012 ; Bartel *et al.*, 2021 ; Plutniack & Kikuchi, 2017). Cela consiste, par exemple, à parler à quelqu'un de sa situation personnelle, à lui demander s'il a connu une situation similaire et à s'appuyer sur son point de vue pour résoudre d'éventuelles difficultés (Beck, 2011). Dans cette perspective, le chercheur, consciemment ou non, opère des comparaisons avec des situations dont il a eu connaissance par des lectures. Toute recherche serait dès lors comparative (Plutniack & Kikuchi, 2017).

Si l'on s'en tient à une vision plus finaliste, la comparaison vise la production de connaissances, c'est-à-dire à la fois « la montée en généralité théorique » (Béal, 2012) et « la restitution de la singularité » (*ibid.*). La première voie se traduit par l'identification d'invariants



qui ouvre sur l'élaboration de modèles, de typologies (Perrin, 2018) et d'énoncés valables au-delà des terrains. La seconde voie vise la « compréhension de la logique interne des cas » (Giraud, 2012). Il s'agit moins de choisir entre ces deux voies que de se demander « comment mettre en œuvre un travail de généralisation tout en rendant compte des spécificités de chaque cas » (De Verdalle *et al.*, 2012). Dans ces conditions, l'enjeu sera, d'une part, de donner à voir précisément la production d'oignons sur les terrains d'étude et de comprendre le sens qui lui est conférée ; et d'autre part, d'éclairer le cas plus général des écotypes locaux dépourvus de label et d'indication géographique et à alimenter la réflexion sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation et sur les ressources en économie territoriale.

La comparaison est également un moyen de prendre du recul sur son objet de recherche, sur sa « réalité nationale » (Hassenteufel, 2005) et sur sa discipline (Barataud *et al.*, 2009). Le choix de terrains français et allemands permet, dans cette optique, de se confronter à des cadres épistémologiques, conceptuels différents, d'autant que les comparaisons franco-allemandes sur des thématiques agricoles et alimentaires restent rares. L'aménagement auquel j'ai été formée cinq années durant, de l'Hypokhâgne au Master, était régulièrement taxé, parfois par les professeurs eux-mêmes, de francocentré. L'apprentissage des cadres administratifs, des compétences des collectivités locales, du fonctionnement des projets de développement local était effectivement centré sur le cas français, la situation dans les autres pays n'étant que rarement abordée.

Dans ce contexte, la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est apparue comme une opportunité de prendre du recul vis-à-vis du contexte français et de susciter de nouveaux questionnements : quel écho a la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation outre-Rhin ? Comment est-elle abordée ? Des lectures bibliographiques préparatoires ont permis de constater des écarts en termes de concept et d'approches et ont rendu d'autant plus stimulant cette comparaison. Enfin, d'un point de vue plus pratique et personnel, le choix d'un terrain allemand a été le moyen de consolider des compétences linguistiques et d'ouvrir d'éventuelles perspectives professionnelles.

La réalisation d'une comparaison internationale implique cependant une vigilance particulière. Le questionnement des concepts d'analyse est, en particulier, identifié comme un passage obligé. Il s'agit d'« historiciser » les catégories d'analyse (Werner & Zimmermann, 2003), de les redéfinir et de les comparer avec celles qui existent à l'étranger (cf. 4.2.1). Sans

cela, la démarche se verrait reprocher son ethnocentrisme et sa « fausse compréhension » des terrains étrangers (Fleury, 2008). Pour Franz Schultheis (1989), l'« assimilation spontanée d'un fait issu d'un contexte culturel étranger par des schèmes de perception et d'explication familiers » (Schultheis, 1989) correspond à une « comparaison assimilatrice » et se doit d'être évitée. C'est pour échapper à cet écueil qu'un soin particulier sera apporté à la contextualisation des terrains d'étude et à l'analyse du lexique utilisé par les acteurs. L'examen d'une signification territoriale accordée à l'oignon donnera, en outre, lieu à la comparaison des notions de territoire et de patrimoine avec leurs équivalents allemands (cf. Partie 3, 4.2.1).

### 3.3 QUE COMPARER ?

Se demander sur quoi porte la comparaison amène à définir l'objet et les terrains d'étude et à justifier de leur comparabilité (Hassenteufel, 2005). Pour ce faire, il est intéressant de considérer que la comparaison porte non pas sur des pays ni sur des terrains mais sur des phénomènes, des processus ou des objets situés dans un contexte spatio-temporel (Yin, 1984 ; Perrin, 2009).

L'objet de la comparaison est la production d'oignons et sa valorisation au travers, notamment, d'écotypes locaux dépourvus de label et d'indication géographique : l'oignon de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. La comparaison ne porte pas, en ce sens, sur deux territoires mais sur des productions et des dynamiques de valorisation localisées. Les terrains ne sont pas des territoires délimités *a priori* mais un point de départ pour étudier un phénomène (Garçon, 2015 : 143). La troisième partie de la thèse amènera *a fortiori* à se demander si les productions d'oignons révèlent des territoires reconnus par les acteurs et si ces derniers correspondent au terrain de recherche.

La définition de l'objet de comparaison conduit également à s'interroger sur la comparabilité des éléments comparés. Autrement dit, peut-on tout comparer ? Les cas doivent-ils être proches *a priori* ou bien peuvent-ils être très différents ? Les avis divergent sur ce point. Nombreux sont ceux à prôner une proximité entre les terrains. Dans son étude sur les espaces publics urbains, Fleury définit en amont des critères afin de choisir des périmètres similaires : la proximité en termes historiques, morphologiques, institutionnels et politiques l'amènent à choisir trois capitales : Berlin, Paris et Istanbul (Fleury, 2008). De même, Coline Perrin dans son étude sur l'agriculture urbaine dans l'espace méditerranéen réalise des « diagnostics locaux pour identifier les objets comparables pertinents » (Perrin, 2015) : elle définit des zones

d'étude après avoir recueilli des informations dans des documents institutionnels et statistiques et auprès d'acteurs. Mais la proximité des cas n'est pas une nécessité et peut s'avérer illusoire. En 2000, dans son ouvrage *Comparer l'incomparable*, Marcel Détienne estime qu'il est possible voire stimulant de comparer des cas très contrastés.

Dans notre cas, les deux productions d'oignons étudiées ne semblent pas incomparables. Leur comparabilité est, au contraire, suggérée par le partage de plusieurs points communs (Giraud, 2012). La production d'oignons s'inscrit dans un bassin maraîcher historique, structuré autour d'une ville moyenne, d'un réseau dense de circuits courts et de circuits de grande envergure. La production d'oignons y est diversifiée et secondaire mais se particularise par la présence d'une variété locale suscitant l'intérêt des consommateurs et des agriculteurs locaux. Cette dernière n'est pas valorisée par un label et ses caractéristiques, son histoire, sa production et les savoirs nécessaires à sa culture sont rarement mentionnés par des écrits, des études statistiques et des recherches scientifiques.

La production d'oignons dans la région de Bamberg et celle dans les Pyrénées-Orientales présentent néanmoins des différences liées aux contextes pédoclimatiques, sociaux et culturels locaux et à la production d'écotypes locaux en termes de producteurs, de volume et des démarches collectives de valorisation. La production d'oignons de Toulouges est de beaucoup supérieure à celle de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Elle a une plus grande notoriété et est aussi davantage plébiscitée par les restaurateurs. Cependant à Bamberg, des associations et des pouvoirs publics mettent en avant l'histoire de la culture d'oignons dans des musées et dans un jardin botanique : des initiatives qui ne se retrouvent pas dans les Pyrénées-Orientales. Les deux terrains donnent, de ce fait, une valorisation de l'oignon qui prend des formes différentes. L'identification de ces points communs et ces différences participent à la construction de la démarche comparative.

### **3.3.1 Délimitation des terrains**

La délimitation des terrains d'étude est considérée comme une étape clé dans une démarche comparative et, qui plus est, en géographie dont « la philotomie est un des péchés mignons » (Calbérac, 2010 : 89). Cette dernière désigne « l'activité intellectuelle qui tend à caractériser les identités et à en repérer les limites, frontières ou marges » (Simon, 2018 : 126). La délimitation des terrains est d'abord intellectuelle dans la mesure où elle s'appuie sur la définition faite *a priori* de l'objet de recherche. Des lectures préparatoires à propos du contexte topographique, démographique, politique, économique et culturel amènent à

identifier des périmètres administratifs, des identités locales, des aires d'influences de villes et ainsi à délimiter un premier terrain (*ibid.* : 126). L'accessibilité, le budget, les compétences linguistiques, les liens avec des contacts sur place et le temps disponible entrent en compte dans un second temps. La délimitation dépend ainsi d'un « compromis entre un objet, un cadre et des conditions matérielles » (Calbérac, 2010 : 89).

Dans cette thèse, la délimitation des terrains a donné lieu à un tel compromis.

Le critère premier est relatif à l'objet d'étude et consiste en la présence de cultures d'oignons rouges de Toulouges et de *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Les informations recueillies sur le contexte ont précisé cette implantation sans qu'elle corresponde pour autant à un périmètre fixé institutionnellement. La zone d'étude est davantage conçue comme « un espace relationnel [sans] matérialité topographique » (*ibid.*). Il est moins une aire continue qu'un « territoire-réseau » (Quéva, 2007) dont l'étendue dépend de la distribution spatiale des acteurs de l'oignon et de leurs interactions. Le périmètre a donc été défini au fil de l'enquête et des rencontres (Le Gall, 2011 ; Garçon, 2015).

Trois autres éléments importaient dans la délimitation du périmètre :

- L'exploration de ce qui apparaît comme les marges du terrain, les limites à partir desquelles les oignons de Toulouges et de Bamberg ne sont plus cultivés ou, du moins, que leur culture devient confidentielle. L'enjeu est alors de voir si le sens donné à la variété diffère suivant une logique « interne/externe ». C'est dans cette optique que je me suis déplacée à Forchheim, Nuremberg et sur les hauteurs de Lichtenfels pour le terrain bambergeois et dans le Conflent et le Vallespir pour les Pyrénées-Orientales.
- L'accessibilité concrète au terrain, évoquée précédemment par Yann Calbérac : le DAAD (*Deutscher Akademischer Austauschdienst*) et de l'École Doctorale 544 Intermed ont été d'une aide précieuse dans le financement de l'enquête de terrain. Du point de vue de la logistique, en jonglant entre le vélo, le train, la voiture et les rendez-vous téléphoniques, je n'ai pas rencontré d'obstacles particuliers dans l'accès au terrain.

Les terrains d'étude se dessinent alors progressivement, au fur et à mesure de l'identification des producteurs d'écotypes locaux (cf. Figure 9, Figure 8, Figure 35) et de la réalisation d'entretiens.

Figure 8 Localisation des personnes rencontrées dans le cadre de l'enquête dans la région de Bamberg

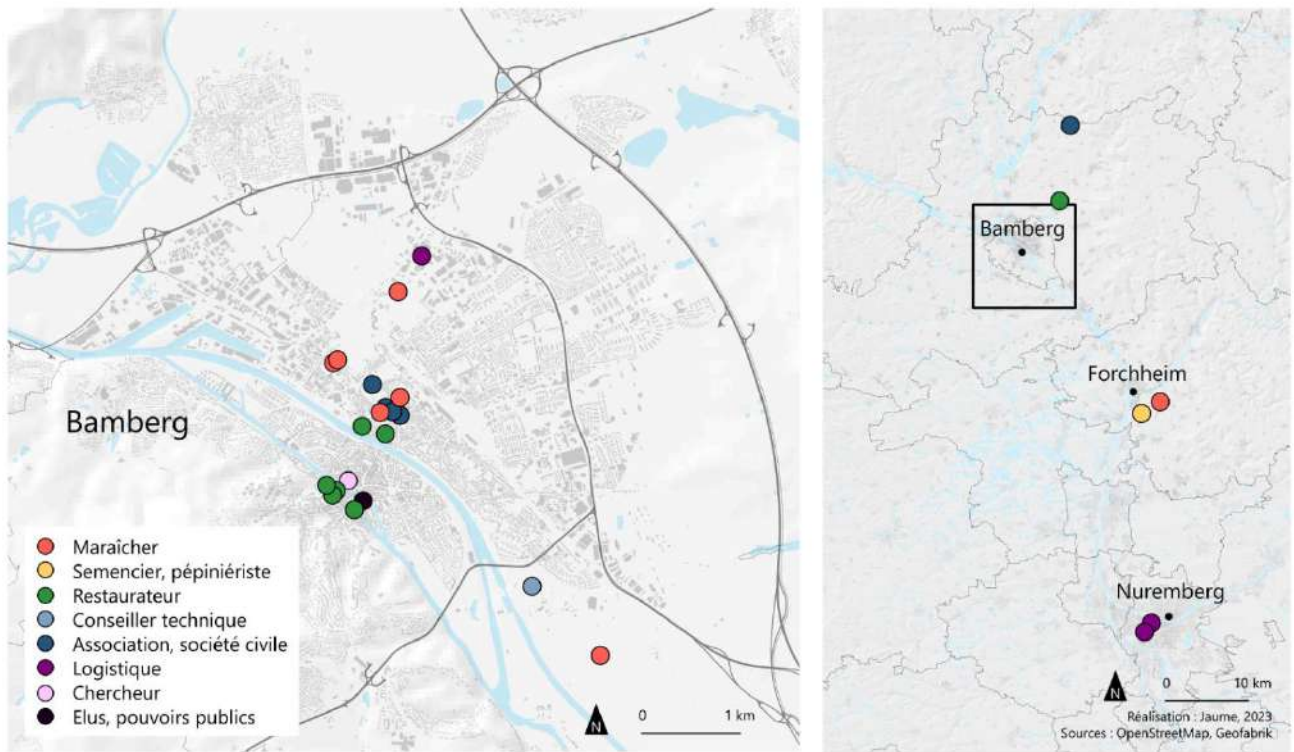
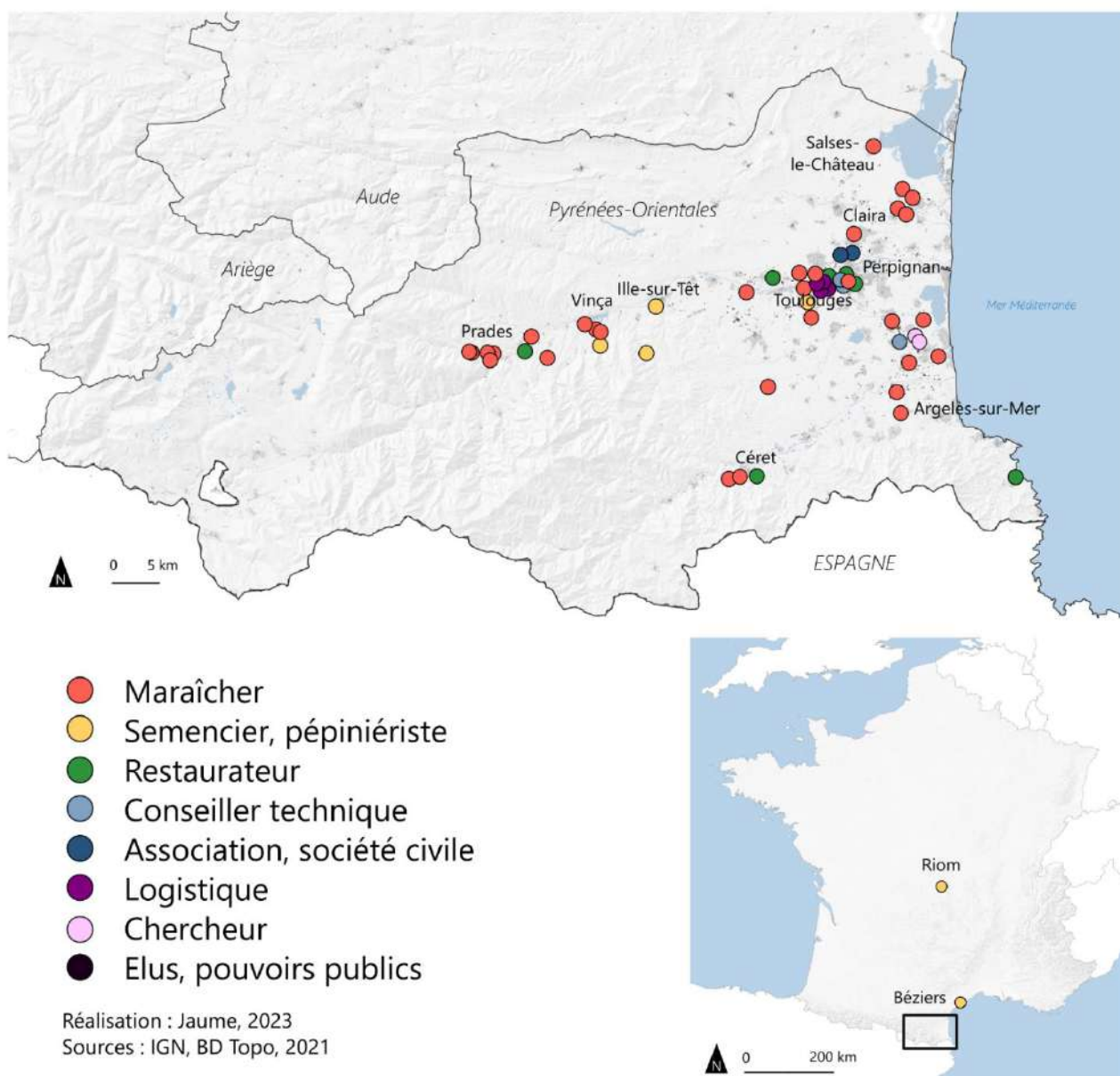


Figure 9 Localisation des personnes rencontrées dans le cadre de l'enquête dans les Pyrénées-Orientales



Les terrains correspondent peu ou prou à la partie Est du département des Pyrénées-Orientales et à la ville de Bamberg et à ses environs. Deux nouvelles questions émergent alors : comment désigner ces deux aires ? Faut-il se référer aux toponymes administratifs ou opter pour d'autres termes ?

### 3.3.2 Désignation des périmètres

#### 3.3.2.1 Pyrénées-Orientales

La zone d'étude sera désignée par « Pyrénées-Orientales » bien qu'elle ne corresponde pas strictement au périmètre du département. Cette appellation est toutefois pertinente au vu de

l'appropriation de ce terme par les acteurs et du sens qu'elle acquiert vis-à-vis de la production d'oignons.

Celui de « Roussillon » a été, pendant un temps, envisagé. Ce comté créé au VIII<sup>e</sup> siècle devient une province française après le Traité des Pyrénées de 1659. De 1659 à sa disparition en 1789, le Roussillon correspond à la quasi-totalité des actuelles Pyrénées-Orientales (Solère-Sangla, 2019a) et se rapproche de l'aire de production de l'oignon de Toulouges. Bien que le comté disparaisse en 1789 à la création du département, le terme de Roussillon est repris par les mouvements régionalistes et catalanistes à partir des années 1860 (Solère-Sangla, 2019b). Le but est de se démarquer de la dénomination forgée par l'État français et de démontrer la cohérence territoriale et identitaire du Roussillon (*ibid.*) et sa particularité culturelle, historique, linguistique et paysagère. Par conséquent, suivant le sens donné entre 1659 et 1789 et par les mouvements catalanistes, on peut admettre que le Roussillon renvoie globalement à notre zone d'étude.

Trois raisons amènent, toutefois, à privilégier le terme « Pyrénées-Orientales ».

Tout d'abord, le département est très fréquemment cité dans les entretiens. « Les Pyrénées-Orientales », « le département » ou les « P.-O. » sont mentionnés 176 fois dans 36 entretiens. Cette occurrence et l'acronyme « P-O » issu de l'adaptation d'un vocable administratif au discours oral soulignent l'appropriation du terme par la population locale. Cela justifie son utilisation dans l'étude.

Ensuite, dans les discours des enquêtés, le Roussillon est aussi fréquemment cité : 151 fois dans 34 entretiens. Une grande partie de ces citations s'explique, néanmoins, par la référence à un produit agricole fixé dans une IG : à savoir, l'abricot rouge, l'artichaut et la pomme de terre Béa du Roussillon. De plus, lorsqu'il est mentionné, c'est « le sens le plus restrictif [qui est] accordé au Roussillon [...] correspond[ant] au nom donné à la plaine autour de Perpignan, entre les contreforts des Albères au sud et des Corbières au nord » (Solère-Sangla, 2019b). Ce territoire est celui du comté du Roussillon de sa création au VIII<sup>e</sup> siècle jusqu'au traité des Pyrénées au XVII<sup>e</sup> siècle : il n'inclut alors pas les pourtours de Céret et de Prades, pourtant étudiés par la thèse. En l'occurrence, les enquêtés implantés à ces endroits évoquent moins le Roussillon que d'autres anciennes régions politiques telles que le Conflent (cf. Figure 37).

Ce dernier est l'héritage d'un comté institué au IX<sup>e</sup> siècle par les Carolingiens (Cantareil, 1978). Situé au centre du département, il accueille les premiers contreforts des Pyrénées. Il s'étend

le long du fleuve Têt, de Rodès à 200m d'altitude jusqu'à Montlouis à près de 1600m. Or, le Conflent marque les discours et les pratiques de ceux qui y sont implantés. En évoquant la production d'oignons de Toulouges, ce maraîcher se réfère au Conflent dans lequel il est installé et le distingue de la plaine du Roussillon qu'il désigne par « en bas » :

« À partir d'Ille, sur le Conflent, un peu...mais c'est plutôt vers en bas... Toulouges, Thuir. A la base, c'est Toulouges. Après, tout le monde en fait un peu. » (M4)

À l'instar des enquêtés, le Conseil départemental et l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) dans son découpage des Petites Régions Agricoles (PRA) reprennent la définition qui limite le Roussillon à la plaine littorale (cf. Figure 37).

Enfin, la définition large du Roussillon prête à controverses et ce, au sein-même des mouvements catalanistes (Solère-Sangla, 2019b). Elle apparaît comme une instrumentalisation politique visant à appuyer la « réinvention d'une période d'apogée » (*ibid.*). Pourtant, dans l'absolu, la période durant laquelle le Roussillon a désigné la quasi-totalité des Pyrénées-Orientales n'a duré que 130 ans et est donc relativement réduite.

Nous avons donc opté pour le terme « Pyrénées-Orientales » et ce, comme d'autres chercheurs confrontés à cette difficulté (*ibid.*).

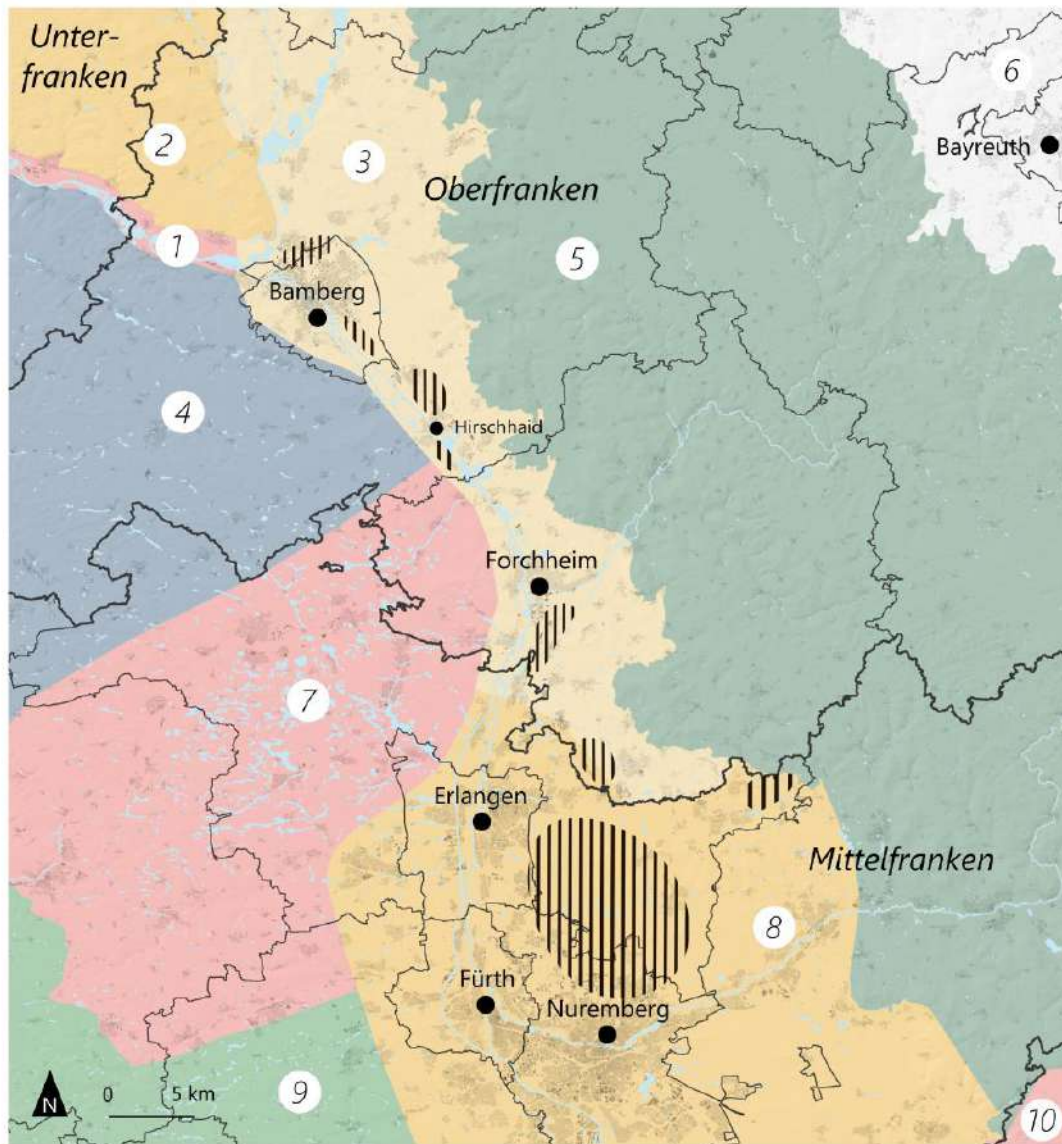
### **3.3.2.2 Bamberg**

Une question similaire s'est posée à Bamberg : l'étude portera-t-elle uniquement sur la ville ou sur ses environs ? Et si c'est le cas, de quels environs parle-t-on ?

Il était d'autant plus difficile de définir des limites *a priori* que la zone m'était inconnue. Se référerait-on à une entité existante et si oui, s'agirait-il de la ville de Bamberg, de son *Landkreis*, du *Regierungsbezirk* de Haute-Franconie ou de l'ancienne province de Franconie (cf. Figure 10) ?



Figure 10 Contexte politique et paysager dans le terrain d'étude bambergéois



- Villes
  - Surface bâtie
  - Cours d'eau
  - Relief
  - III Zones de production maraîchère
  - Unités de paysage culturel (*Kulturlandschaftliche Gliederung*)
- |  |  |
|--|--|
| ① 1 Schweinfurter Becken               | Bassin de Schweinfurt                                    |
| 2 Hassberge                            | Collines de Haßberge                                     |
| 3 Bamberger Main- und Regnitztal       | Secteur bambergéois des vallées du Main et de la Regnitz |
| 4 Steigerwald mit Vorland              | Massif du Steigerwald                                    |
| 5 Nördliche Frankenalb                 | Jura Franconien du Nord                                  |
| 6 Bayreuther und Kulmbacher Land       | Pays de Bayreuth et de Kulmbach                          |
| 7 Aischgrund                           | Vallée de l'Aisch  |
| 8 Ballungsraum Nürnberg Fürth-Erlangen | Agglomération de Nürnberg Fürth-Erlangen                 |
| 9 Ansbacher Land und Frankenhöhe       | Pays d'Ansbach et haut-pays de Franconie                 |
| 10 Oberpfälzer Alb                     | Jura du Haut-Palatinat                                   |

NB : C'é découpage établi par l'Office bavarois de l'environnement (*Bayerischen Landesamtes für Umwelt*) au niveau du Land bavarois distingue des unités présentant une cohérence en termes de biodiversité, de paysages, d'occupation des sols, d'histoire et de culture.  
Réalisation : Jaume, 2023

Pour les présenter en quelques mots, la commune de Bamberg est entourée d'un *Landkreis* qui porte son nom, sans en faire partie : cette subdivision politico-administrative dispose d'un conseil élu (le *Landsrat*) et s'occupent de la gestion de la voirie, des établissements de l'enseignement secondaire, des hôpitaux ou des déchets ménagers. Les *Landkreise* limitrophes sont ceux de Forchheim, Erlangen-Höchstadt, Kitzingen, Haßberge, Bayreuth, Kulmbach, Lichtenfels et Coburg. Tous sont inclus au sein de *Regierungsbezirke*, des districts dépendant du Land de Bavière et ne constituent donc pas des collectivités locales indépendantes. Bamberg se situe dans celui de Haute-Franconie (*Oberfranken*) et est bordé par ceux de Moyenne et de Basse-Franconie (*Mittelfranken, Unterfranken*). Tous trois correspondent à la Franconie, une région héritée du duché éponyme créé au Xe siècle, remanié au XVIe siècle par le Saint-Empire romain germanique avant d'être rattachée à la Bavière en 1815. La Franconie dispose d'une forte identité culturelle et linguistique qui la distingue du reste de la Bavière (cf. Chapitre 6, 3.2).

L'enquête a permis de mieux comprendre à quels lieux et espaces se référaient les acteurs de Bamberg, de dessiner progressivement les contours de la zone d'étude et d'opter pour une terminologie la plus cohérente possible.

Le terrain d'étude sera désigné par l'expression « région de Bamberg » pour témoigner de la prévalence de la ville dans les discours, sa spécificité en termes d'histoire maraîchère, de l'origine de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* et de la présence d'acteurs impliqués dans la culture d'oignon à l'extérieur de la ville. La ville a ainsi été citée 598 fois au cours des vingt entretiens. Le maraîchage et, par là-même, la culture d'oignons s'est avérée être concentrée autour de Bamberg et beaucoup plus marginale dans un rayon de trente kilomètres autour de la ville.

Très fréquent dans les entretiens, le terme *Region* ou région était utilisé pour désigner Bamberg et ses environs (*Umkreis*) et ce, non sans flou (cf. Partie 3, 4.2.1.3.2). Lorsque les interrogés évoquaient leur région, il pouvait s'agir du *Landkreis* de Bamberg, d'un rayon de 30 à 50km autour de la ville, de la Haute-Franconie ou de la Franconie toute entière. La Région et ses dérivés que sont les produits régionaux et la régionalité (*Regionalität*) font, en outre, l'objet d'un engouement croissant de la part de la société et des acteurs agricoles et alimentaires allemands (Wilking, 2013) (cf. Partie 3, 4.2.1.3.2).

### **3.4 CONCLUSION**

Ces éléments sur la comparaison soulignent l'intérêt de cette méthode. Le ton prescriptif des écrits sur la méthode comparative et l'insistance sur le caractère complexe et délicat de cette dernière ont de quoi faire frémir les plus téméraires. Des nuances sont toutefois apportées à ce souci méthodique : Coline Perrin montre que sa démarche pour étudier l'agriculture urbaine dans des agglomérations méditerranéennes s'est « construite chemin faisant » (Perrin, 2015) et Hassenteufel que « la comparaison relève du bricolage méthodologique raisonné : l'enjeu est de construire un dispositif de recherche adapté à l'objet comparé » (Hassenteufel, 2000). Cette métaphore du bricolage est alors reprise dans d'autres travaux comparatifs (Lallement, 2007 : 9 ; Lévi-Strauss, 2010 ; Bartel *et al.*, 2021). L'enjeu est dès lors d'appréhender la comparaison avec un regard critique et vigilant, avec une volonté de l'outiller méthodologiquement sans nier qu'elle se construit au fil de l'enquête de terrain.

Il est dès lors temps de revenir, plus en détail, sur le déroulement de l'enquête de terrain et, en d'autres termes, de détailler la manière dont les méthodes compréhensives et comparatives ont pris place dans cette thèse. Cela donnera lieu, entre autres, à la présentation de mon positionnement durant l'enquête et aux modalités de réalisation des entretiens (cf. Chapitre 2, 4).

## **4 L'ENQUÊTE DE TERRAIN : DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE**

### **4.1 POSITIONNEMENT DURANT LA RECHERCHE**

Si l'on se réfère à Max Weber, le chercheur qui met en œuvre une méthode compréhensive est tenu à une « neutralité axiologique » (Kalberg, 2010). Il est extérieur à son objet d'étude et n'émet pas de jugement de valeur à l'égard du discours des enquêtés. Cependant, les défenseurs contemporains de l'approche compréhensive concèdent qu'il est, en pratique, difficile de prétendre à une totale neutralité.

Les entretiens, en demandant à une personne de parler d'elle, crée « une situation d'interlocution et une mise en scène où elle est invitée à s'autodésigner en tant que sujet parlant » (Guetat-Bernard, 2007 : 82). Un échange dans le cadre d'un entretien compréhensif relève avant tout d'un artifice et de choix de la part du chercheur. Dans ce même ordre d'idée, pour Demazière (2007), atteindre une « sacro-sainte neutralité » (Demazière, 2007) et garantir « la non-directivité » des entretiens (*ibid.*) sont impossibles. Échanger sur les résultats de ses

recherches, avoir une conversation informelle ou évoquer sa situation personnelle créent des formes d'engagement, volontaires ou non, sur son terrain. Il ne s'agit pas alors de tenter de les éviter, ce qui serait vain, mais de les préciser (*ibid.*) « L'explicitation du protocole, non protocolaire, de production des entretiens apparaît, en ce sens, comme une nécessité faisant intégralement partie du processus de recherche lui-même » (*ibid.*).

Cette partie vise, dans ces conditions, à définir mon positionnement par rapport au terrain et aux acteurs (Grassi, 2005).

#### **4.1.1 Un témoin plutôt qu'un acteur**

Je me suis, en premier lieu, considérée comme un témoin de phénomènes à l'œuvre. Je reprends ici les propos de Robert et Gangneron (2015) : « nous ne nous situons pas dans une démarche de recherche-intervention visant à accompagner (ou à produire) des transformations sociales. Nous entendons être des *témoins* plus que des *acteurs des transformations*. » (Robert & Gangneron, 2015). Je cherche alors à témoigner de dynamiques à l'œuvre, observables mais n'y participe pas en tant que tel. La thèse n'a pas de finalité pratique : son objectif n'est pas de soutenir le développement d'un label ou d'opérations de valorisation sur l'oignon de Toulouges ou sur la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Le témoin n'est pas extérieur mais au contraire, s'y immisce.

La revendication d'être un témoin plutôt qu'un acteur vient du fait que l'oignon s'est avéré être un sujet vivant, préoccupant les acteurs. Le remplacement de l'oignon de Toulouges par le Fireking et la raréfaction de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* à Bamberg alimentaient l'inquiétude des interrogés et, en particulier, des maraîchers. Aussi, certains pensaient-ils que la thèse était une étude préparatoire à un label pour l'oignon de Toulouges, ce qui n'était pas le cas.

La position de témoin autorise par là-même la participation à des initiatives locales en lien avec l'oignon et les écotypes locaux.

Une conférence est venue présenter l'oignon de Toulouges lors du Marché de la Terre organisé en juillet 2021 par l'association Slow Food Pays Catalan et par son président, Jean Lhéritier. L'annonce de cette conférence par un article dans le journal quotidien local l'Indépendant a permis de présenter la thèse, les enjeux agricoles, économiques et culturels autour de l'oignon et la difficulté à définir ce qu'est le « vrai » oignon de Toulouges au vu de l'évolution génétique de la variété, de l'absence de protection collective et de la multiplication

de « faux ». Deux semaines après, paraissait un plus long entretien à l'occasion de la Fête de l'oignon de Toulouges et qui développaient les thèmes du premier article. Ces deux parutions ont fait connaître la thèse et m'ont fait prendre conscience de l'importance locale de l'oignon de Toulouges. Ainsi, lors des visites sur les marchés durant l'été 2022 et de la campagne d'entretiens à l'automne 2022, les interrogés étaient souvent au courant des articles et réagissaient dessus. Cela pouvait être un point de départ dans la discussion. Les entretiens et, notamment, les moments « off » au début et à la fin, étaient l'occasion d'échanger sur les articles. Les réactions ont pu être positives mais aussi parfois, assez critiques. Un des points qui suscitait le débat était la définition de l'oignon de Toulouges, certains maraîchers considérant qu'ils étaient les seuls à produire un oignon authentique. J'ai alors tâché d'écouter le point de vue de l'interrogé et de défendre mon analyse sans que l'entretien se transforme en débat.

De même, à Bamberg, les rencontres régulières avec l'association du *Sortengarten e. V.* et sa présidente, Ulrike Aas ont fait naître l'idée de consacrer une année spéciale à l'oignon. Elle a collecté des écotypes locaux d'oignon, de Roscoff en France et de Laar en Autriche pour en reproduire la graine. J'avais ainsi apporté des oignons de Toulouges lors de mon second séjour pour qu'ils soient intégrés au projet.

#### **4.1.2 Se présenter comme étudiante**

Je me présentais, en second lieu, comme doctorante à l'Université de Perpignan. Pour les interrogés, je faisais figure d'étudiante réalisant une enquête dans le cadre de ses études. Ce statut a présenté plusieurs avantages. « Être étudiant est considéré de manière générale comme un statut qui facilite l'accès au terrain » (Ramos, 2015 : 61). Du fait de son âge et de sa formation, l'étudiant est perçu comme un apprenant, un personnage extérieur, un « novice [...] disponible pour apprendre » (*ibid.*) et dépourvu de « mauvaises intentions » (*ibid.*). Mon rattachement à la géographie suscitait l'étonnement chez les enquêtés qui s'attendaient davantage à rencontrer des étudiants en agronomie ou en économie. Je pense que cela a pu favoriser les échanges car plusieurs maraîchers ont paru rassurés de savoir que je ne venais pas pour analyser leur itinéraire technique ni pour leur faire des préconisations.

Se présenter comme étudiante m'a semblé favoriser la prise de rendez-vous et les échanges avec les enquêtés. Aussi, dans les Pyrénées-Orientales, le rattachement à l'université locale et le port d'un nom de famille d'origine catalane ont-ils pu être des facteurs facilitants en

suggérant que l'enquête était menée par quelqu'un vivant dans le secteur et au fait des problématiques locales.

Le statut d'étudiant n'est cependant pas sans inconvénients. Il peut être assimilé à un « donneur de leçons », connaissant la théorie mais dépourvu de pratique. Sa visite peut susciter de la méfiance : pourquoi s'intéresse-t-il à l'oignon ? À qui les informations seront-elles partagées ? S'agit-il vraiment d'un étudiant ? Des acteurs étaient ainsi méfiants à l'idée de témoigner et de donner des informations sur leur exploitation au point de refuser les entretiens ou de répondre de manière, pour le moins évasive, à mes questions. Pour donner un exemple, citons cette maraîchère qui refuse de m'indiquer à qui elle vend ses oignons par peur, d'après elle, que je divulgue ces informations ou que mon travail soit une enquête journalistique déguisée :

*« Non, ça, je vous le dis pas. [...] Je vous ai dit : moyenne distribution. Non, non, non, c'est pas des Carrefour. Non, de toute façon, je vous le dirai pas qui c'est mon acheteur, c'est pas la peine que vous tourniez autour du pot. Vous pourrez pas m'avoir parce que tout se sait. Mais moi, je vous le dis pas. » (M17)*

À l'inverse, l'étudiant peut être vu comme « ignorant [et] exposé à l'erreur d'interprétation » (Ramos, 2015), conduisant l'enquêté à « prodiguer des conseils, intimider » (*ibid.*). Dans mon cas, ce type de situation est resté marginal mais s'est présenté ponctuellement dans les Pyrénées-Orientales avec la formulation de conseils sur ce que je devrais faire et, dans certains cas, des remarques sur l'inutilité de mon étude et sur le bien-fondé des résultats. Le fait de ne pas être issu du cadre agricole ni étudiante en agronomie a pu entraîner des remarques sur ma légitimité à travailler sur l'agriculture et sur l'oignon de Toulouges. Bien que rares, des réactions pour le moins sceptiques ont été observées, notamment, après la publication des articles dans l'Indépendant. Des maraîchers avaient lu l'article dans l'Indépendant et faisaient part de leur désaccord avec les propos tenus. Je tachais, dans ce cas, d'écouter l'avis de la personne tout en défendant mon analyse. Il ne s'agissait, en aucun cas, de refuser une remise en question de mes résultats : les entretiens et autres discussions informelles avec les acteurs étaient, au contraire, des moments privilégiés pour échanger sur certaines de mes analyses.

#### **4.1.3 Quel positionnement à l'étranger ?**

Sur le terrain bambergeois, je me présentais comme étant une doctorante dans une université française.

Dans une optique réflexive, Bartel et ses coauteurs (2021) invitent les chercheurs réalisant des comparaisons franco-allemandes à se questionner sur leur rapport aux deux pays. Ce lien permet de comprendre l'approche du terrain allemand. Dans mon cas, j'ai suivi des cours d'allemand du collège à la fin de ma licence et faisais des séjours réguliers dans les pays germanophones, notamment en Bavière et dans le Bade-Wurtemberg. La région de Bamberg et la Franconie m'étaient toutefois inconnues.

N'étant pas bilingue, il ne serait pas honnête de dire que la langue et l'accent franconien potentiellement très marqué n'ont pas été un frein lors d'entretiens et de la prise de rendez-vous. Pour pallier cela, je m'étais familiarisée avant le séjour avec le vocabulaire allemand de l'agriculture, du maraîchage et du développement local. Avec l'aide d'enregistrements audio et de ma sœur qui réside en Allemagne, les entretiens ont pu être intégralement retranscrits et analysés.

#### **4.1.4 À vélo**

Enfin, hormis quelque fois où la tramontane faisait des siennes, je me déplaçais sur les terrains d'étude et me rendais aux entretiens à vélo. Si Jeanneaux et ses coauteurs estiment que le vélo est un outil « au service du chercheur en économie rurale » (Jeanneaux, 2014), la remarque est également pertinente en géographie. Pour eux, il permet la réflexion et « l'observation des campagnes françaises en mutation » (*ibid.*) de manière originale. Outre le fait d'être bon marché et, comme il est coutume de dire, « écolo », l'utilisation quasi-systématique du vélo durant l'enquête, y compris sous la neige bambergéoise, m'a permis de me familiariser avec les terrains d'étude et d'obtenir des coordonnées d'acteurs.

## **4.2 ENTRETIENS COMPRÉHENSIFS**

L'entretien qui donne lieu au recueil des discours des acteurs est dit « compréhensif » (Kaufmann & Singly, 2011 ; Ramos, 2015). Cette partie décrit son fonctionnement puis présente l'échantillon au travers de tableaux statistiques et de portraits d'acteurs. Dans un dernier temps, je reviens sur le déroulement de ces entretiens.

De manière formelle, « l'entretien de type compréhensif est une configuration interindividuelle où une personne sollicite la parole d'une autre à propos d'un sujet donné, en lui reconnaissant un droit à l'intersubjectivité, c'est-à-dire un droit à une subjectivité autonome » (Matthey, 2005). Il doit adopter une posture adéquate pour que cette situation d'intersubjectivité produise un matériel heuristique, qui puisse être le support de son analyse.

Cette disposition consiste à « renonce[r] à un statut d'expert, pour se mettre à disposition de celui qui parle » (*ibid.*). Il suit une trame définie en amont tout en se voulant ouvert. Il s'organise davantage autour de « thèmes » (Kaufmann & Singly, 2011) que de questions et prend des formes différentes en fonction des activités et des centres d'intérêt des acteurs.

Lors des entretiens menés pour la thèse, l'interrogé commence par présenter son parcours et son activité. Dans le cas d'un agriculteur, nous caractérisons son exploitation : son statut juridique, sa surface, ses productions, sa localisation, son historique et ses circuits d'approvisionnement et de commercialisation. Cette partie apporte des renseignements sur le profil et la position sociale de l'enquêté. Après un échange sur l'agriculture locale et les productions considérées comme « emblématiques », nous parlons de la production d'oignons en tant que tel : sa place dans l'exploitation ou, du moins, dans l'agriculture locale, le choix des variétés, la manière de les cultiver, de les commercialiser. Nous abordons la mise en valeur de l'oignon et, en particulier, de celui de Toulouges : ce légume lui paraît-il mis en valeur et sinon, quels sont les freins ? Nous évoquons ensuite son rapport à l'écologie, les pratiques mises en place en ce sens et, dans une optique plus prospective, ce à quoi pourrait ressembler son activité et l'agriculture locale dans cinq à dix ans. La grille d'entretien se trouve en Annexe (cf. Annexe, 4) Les propos tenus sont retranscrits et sondés suivant leur contenu thématique au moyen du logiciel d'analyse textuelle Nvivo (cf. 5.1).

#### **4.2.1 Échantillonnage : Qui sont les acteurs de l'oignon ? Mise en lumière d'une diversité de trajectoires socio-professionnelles**

La préparation de l'enquête inclut la constitution du panel. Pour participer, l'acteur doit être impliqué dans la production d'oignons, quelle qu'en soit la variété. Cela englobe les acteurs de la culture semencière, de la production, de la transformation, de la distribution et de la commercialisation (Garçon, 2015) mais aussi celles du système agri-alimentaire (Lamine, 2015) tels que les pouvoirs publics, les services de conseil et les associations à l'origine de démarches de valorisation.

L'échantillon sera présenté de deux manières pour chacun des terrains :

- Par un tableau qui précisera le profil socio-professionnel des enquêtés suivant leur âge, leur genre, leur origine géographique et leur relation à la production d'oignons. Des informations concernant les acteurs agricoles (maraîchers, pépiniéristes et semenciers) sont précisées dans un second temps : taille de l'exploitation, date



d'installation, mode de commercialisation, origine agricole, insertion dans la filière de l'écotype local (cf. Tableau 7 et Tableau 9). Cela reprend les variables qui seront étudiées dans la troisième partie et s'inspire de celles choisies par Jacqueline Candau et par ses coauteurs (Candau *et al.*, 2017). Les auteurs avaient eux-mêmes justifié leur sélection en soulignant la pertinence accordée par plusieurs sociologues à ces variables (Le Guen & Sigwalt, 1999 ; Compagnone, 2004 ; Lamine, 2011). Il faut cependant noter que les informations présentes dans le tableau ont été obtenues durant des entretiens compréhensifs dont l'objectif était moins le recueil quantitatif de données que l'expression libre des individus et la saisie qualitative de leurs discours. Le niveau de formation et l'exercice de responsabilités politiques ou associatives ont ainsi été évoqués sans pouvoir être renseignés sous forme de statistiques.

- Par des portraits d'acteurs qui serviront à montrer concrètement les hommes et les femmes qui composent ce panel et de faire apparaître la diversité des trajectoires socio-professionnelles. Treize enquêtés seront présentés plus en détail dans de courts textes qui aborderont leur parcours, leur lien à l'oignon et aux écotypes de Toulouges et de Bamberg, et leur perception du maraîchage local et leur implication dans des initiatives valorisant les produits locaux. La rédaction intègre du discours direct et indirect libre pour relater les discours des acteurs et leurs prises de position. Ils mettent en évidence l'hétérogénéité des représentations et des pratiques en rapport avec l'oignon.

Dans la suite de la thèse et pour garantir l'anonymat des interrogés lorsque des discours seront retranscrits, j'indiquerai au moyen d'une abréviation (cf. Tableau 5) le statut justifiant du lien avec la culture de l'oignon et de la participation à l'enquête. Comme ce statut est principalement professionnel à l'exception des responsables associatifs et des élus et qu'un individu se caractérise par des fonctions et des appartenances multiples (Lahire, 2005), je donnerai des éléments supplémentaires sur la trajectoire et les activités de l'interrogé dont les discours sont mentionnés.

Tableau 5 Code associé aux interrogés en fonction du statut justifiant de leur participation à l'enquête

Statut de l'interrogé	Code
Maraîcher	M
Semencier Pépiniériste	P
Conseiller technique	C

Acteur de la logistique et de la distribution	D
Restaurateur	R
Représentant d'association, société civile	SC
Élu, pouvoirs publics	PP
Acteur de la recherche	CH

## 4.2.2 Obtention des coordonnées

### 4.2.2.1 Dans la région de Bamberg

Bien qu'en l'absence de recensement exhaustif des producteurs d'oignons établi par un collectif d'agriculteurs ou par une institution telle que la LWG, l'obtention des coordonnées des acteurs à Bamberg a été relativement aisée du fait de la médiatisation de la production maraîchère. Plusieurs moyens ont été utilisés :

- Les sites Internet de l'*Interessensgemeinschaft Bamberger Gärtner* et du label « *Region Bamberg – weil's mich überzeugt!* »<sup>20</sup> ont permis l'identification de maraîchers, produisant des oignons à Bamberg et dans les communes environnantes,
- Par l'effet « boule de neige » (Le Gall, 2011) lorsque des acteurs me donnaient les coordonnées d'autres acteurs,
- La documentation du Centre du patrimoine mondial de Bamberg (*Welterbe Zentrum*) qui communiquait les noms d'acteurs impliqués dans la sauvegarde de la Gärtnerstadt, en particulier, des associations et des maraîchers,
- Les sites de Slow Food, de la *Genusregion Oberfranken* et Google Maps pour obtenir les coordonnées de restaurateurs.

Lorsque le séjour approchait de son terme, j'ai vérifié que d'autres producteurs d'oignons restaient à interroger autour de Bamberg. J'ai donc demandé aux maraîchers et à la LWG s'ils connaissaient des producteurs d'oignons autres que ceux déjà rencontrés et qui se trouveraient autour de Forchheim, de Lichtenfels, de Hollfeld et de Bayreuth. La réponse était alors souvent négative. D'après eux, aucun professionnel ne produisait de légumes ou d'oignons dans ces secteurs où prédominent les grandes cultures de céréales, d'orges, de l'élevage ou des forêts. La production légumière se concentre à Bamberg et à Hallstadt. J'ai

---

<sup>20</sup> Site Internet : [bamberg.echtregional.de](http://bamberg.echtregional.de)

dû me résoudre à l'idée que j'avais potentiellement contacté la plupart des producteurs d'oignons du secteur.

Cela ne signifie cependant pas que tous aient participé à un entretien. En effet, si l'obtention de coordonnées était aisée, la prise de rendez-vous l'a été notablement moins. Quand je disposais d'une adresse mail, j'envoyais mon projet de recherche et demandait un entretien. S'il ne donnait pas suite, j'allais sur place pour rencontrer directement l'acteur et obtenir un rendez-vous avec lui. Même si cela supposait plusieurs allers-retours avant l'entretien lui-même, cette méthode a porté ses fruits, notamment pour rencontrer des restaurateurs. Pour obtenir un rendez-vous, je cherchais donc avant tout à me rendre directement dans les restaurants et chez les maraîchers faisant de la vente directe. Cela n'était toutefois pas toujours possible. Si les maraîchers ne faisaient pas de vente directe, il était difficile de trouver sur Internet leurs coordonnées, la localisation de leur exploitation et de leurs parcelles et les moments auxquels ils seraient présents.

Je me résolvais dans ce cas à leur téléphoner pour obtenir un rendez-vous, avec toutefois une perspective de réussite limitée. Tout porte à croire que, du fait de mon accent franconien peu probant, les personnes pensaient que je faisais du démarchage téléphonique et raccrochaient sans que je n'aie eu le temps de dire quelques mots et d'expliquer la raison de mon appel. De ce fait, je limitais autant que possible la prise de contact par téléphone et privilégiais la rencontre sur place. Se présenter et convaincre l'acteur de participer à l'enquête étaient plus aisés.

#### **4.2.2.2 Dans les Pyrénées-Orientales**

L'absence de recensement des producteurs d'oignons et, qui plus est, des deux variétés locales par un collectif ou par des pouvoirs publics implique d'emprunter des chemins de traverse et d'opter pour une démarche exploratoire. Les contacts des acteurs sont obtenus par des moyens variés :

- Sur les caisses d'oignons dans les supermarchés du département. Si l'oignon est produit par un maraîcher du secteur, son nom et ses coordonnées figurent sur les caisses,
- Sur les marchés de plein vent : j'allais à la rencontre des maraîchers afin d'en savoir plus sur leurs oignons et de leur demander directement de participer à un entretien,

- Sur le Marché de gros de Perpignan et sur son site internet. Un catalogue indique par produits les producteurs inscrits au marché de gros<sup>21</sup>,
- Les réseaux Bienvenue à la Ferme et du CIVAM Bio. La Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales et le CIVAM Bio 66 publient chaque année à l'attention du grand public des livrets recensant les participants à l'initiative « Bienvenue à la ferme » et les producteurs certifiés bio, adhérents du CIVAM. Ces supports de communication donnent accès aux coordonnées de producteurs et favorisent la prise de contact pendant l'enquête,
- Le site Internet des Toques Blanches, l'association de chefs gastronomiques du département,
- Par l'effet « boule de neige » (Le Gall, 2011 : 70-73). Au cours des entretiens et d'échanges informels, les acteurs me suggéraient de rencontrer certaines personnes et me donnaient leurs coordonnées s'ils en disposaient. Cette méthode a été très utile pour rencontrer des producteurs conventionnels qui commercialisent en circuit long et dont les coordonnées étaient rarement disponibles sur Internet.

Au terme de l'enquête, 83 personnes ont été rencontrées dans le cadre d'entretiens semi-directifs : 55 dans les Pyrénées-Orientales et 28 dans la région de Bamberg.

#### 4.2.3 Présentation de l'échantillon

Tableau 6 Présentation de l'échantillon dans les Pyrénées-Orientales composé de 55 acteurs

Variable		Effectif	Proportion (en %)
Statut faisant le lien avec la production l'oignon	Maraîchers	32	58
	Pépiniéristes, semenciers	4	7
	Acteur de la distribution et du commerce de gros	4	7
	Restaurateur	7	13
	Acteur associatif, société civile	2	4
	Conseiller technique	4	7
	Chercheur	2	4
	Total	55	100
Né de parents agriculteurs	Oui	21	38
	Non	29	53

<sup>21</sup> Voir le catalogue des produits disponibles sur le site Internet du Marché de gros de Perpignan et accessible par le lien suivant : <https://producteursmdg.perpignanmediterraneemetropole.fr/products?f%5B0%5D=produit%3Aoignon&f%5B1%5D=produit%3Aoignons>

	Non renseigné	5	9
Genre	Homme	38	69
	Femme	17	31
Tranche d'âge	18-25	0	0
	25-34	4	7
	35-49	22	40
	50-64	23	42
	65 et plus	6	11
Originaire des Pyrénées-Orientales	Oui	28	51
	Non	24	44
	Non renseigné	3	5
Insertion dans la filière de l'oignon de Toulouges	En tant que producteur	17	31
	En tant que semencier, pépiniériste	4	7
	En tant que restaurateur	7	13

Tableau 7 Présentation de l'échantillon composé des 36 acteurs agricoles dans les Pyrénées-Orientales (pépiniéristes, semenciers, maraîchers)

Variable		Effectif	Proportion (en %)
Né de parents agriculteurs	Oui	20	56
	Non	14	39
	Non renseigné	2	5
Genre	Femme	12	33
	Homme	24	67
Tranche d'âge	18-25	0	0
	25-34	4	11
	35-49	12	33
	50-64	16	45
	65 et plus	4	11
Date de reprise de l'exploitation par le gérant actuel	Avant 1990	7	20
	Entre 1991 et 2005	12	33
	Entre 2006 et 2015	9	25
	Entre 2016 et 2022	8	22
Originaire des Pyrénées-Orientales	Oui	20	56
	Non	14	39
	Non renseigné	2	5
Reconversion suite à un emploi non agricole	Oui	16	44
	Non	20	56
Taille de l'exploitation	Moins d'1,5 hectare	9	25
	De 1,5 à 5 hectares	16	44
	De 5,1 à 10 hectares	6	17

	Plus de 10 hectares	4	11
	Non renseigné	1	3
Responsabilités dans l'exploitation	Oui	28	78
	Non	8	22
Type(s) de production	Production de légumes	32	89
	Arboriculture	18	50
	Viticulture	4	11
	Élevage	2	6
	Pépinière, production de semences et de plants	6	17
Vente directe (paniers, marchés de plein, stand ou sur l'exploitation)	Oui	31	86
	Non	5	14
Labellisation	En Agriculture biologique	21	58
	Déméter	2	6
Nombre de salariés permanents dans l'exploitation	0	17	47
	1	8	22
	2 à 4	9	25
	5 et plus	1	3
	Non renseigné	1	3
Production sous serre ou sous abri	Oui	28	78
	Non	8	22
Production d'oignons de Toulouges ou de BBZ (à l'état de graines, de plants ou d'oignons)	Oui	21	58
	Non	15	42

Tableau 8 Présentation de l'échantillon dans la région de Bamberg composé de 28 acteurs

Variable		Effectif	Proportion (en %)
Statut faisant le lien avec la production l'oignon	Maraîchers	9	33
	Pépiniéristes, semenciers	1	4
	Acteur de la distribution et du commerce de gros	3	11
	Restaurateur	7	26
	Acteur associatif, société civile	5	18
	Conseiller technique	1	4
	Chercheur	1	4
	Total	28	100
Né de parents agriculteurs	Oui	10	36
	Non	16	57
	Non renseigné	2	7

Genre	Homme	18	64
	Femme	10	36
Tranche d'âge	18-25	0	0
	25-34	3	11
	35-49	6	21
	50-64	13	47
	65 et plus	4	14
	Non renseigné	2	7
Originaire de la région de Bamberg	Oui	20	71
	Non	5	18
	Non renseigné	3	11
Insertion dans la filière de la BBZ	En tant que producteur	9	32
	En tant que semencier, pépiniériste	2	7
	En tant que restaurateur	3	11

Tableau 9 Présentation de l'échantillon composé des 10 acteurs agricoles dans la région de Bamberg (pépiniéristes, semenciers, maraîchers)

Variable		Effectif	Proportion (en %)
Né de parents agriculteurs	Oui	9	90
	Non	1	10
Genre	Femme	2	20
	Homme	8	80
Tranche d'âge	18-25	0	0
	25-34	1	10
	35-49	2	20
	50-64	5	50
	65 et plus	2	20
Date de reprise de l'exploitation par le gérant actuel	Avant 1990	2	20
	Entre 1991 et 2005	5	50
	Entre 2006 et 2015	2	20
	Entre 2016 et 2021	1	10
Originaire de la région de Bamberg	Oui	9	90
	Non	1	10
Reconversion suite à un emploi non agricole	Oui	1	10
	Non	9	90
Taille de l'exploitation	Moins d'1,5 hectare	1	10
	De 1,5 à 5 hectares	5	50
	De 5,1 à 10 hectares	2	20
	Plus de 10 hectares et plus	2	20

Responsabilités dans l'exploitation	Oui	5	50
	Non	5	50
Type(s) de production	Production de légumes	9	90
	Arboriculture	1	10
	Céréales	2	20
	Pépinière, production de semences et de plants	1	10
Vente directe (paniers, marchés de plein, stand ou sur l'exploitation)	Oui	9	90
	Non	1	10
Labellisation	En Agriculture biologique	2	20
	Déméter	0	0
Nombre de salariés permanents dans l'exploitation	0	2	20
	1	3	30
	2 à 4	5	50
	5 et plus	0	0
Production sous serre ou sous abri	Oui	5	50
	Non	5	50
Production de <i>Bamberger birnenförmige Zwiebel</i> (à l'état de graines, de plants ou d'oignons)	Oui	9	90
	Non	1	10

La composition de ce panel donne lieu à plusieurs remarques :

- Dans les Pyrénées-Orientales, parmi les 36 acteurs agricoles rencontrés, 21 sont en Agriculture Biologique et 31 pratiquent la vente directe, c'est-à-dire qu'ils vendent directement leur production aux particuliers qui la consomment. De telles proportions ont deux principales explications. D'une part, elles témoignent de l'importance du maraîchage biologique et des circuits courts (Lesur-Dumoulin, 2018) dans le département : comme indiqué précédemment, près de 46% des surfaces vouées à la culture de légumes sont certifiées bio. D'autre part, cela est lié au fait que les producteurs qui optent pour la vente directe communiquent sur Internet et sur les réseaux sociaux pour se faire connaître des consommateurs. L'importance du maraîchage AB et de la vente directe dans le département, la communication faite à ce sujet, les difficultés de prise de rendez-vous avec des agriculteurs conventionnels expliquent la proportion relativement élevée de producteurs bio ou en circuit court dans l'échantillon. Cet élément est à prendre en compte dans l'analyse des résultats.



- Malgré des efforts en ce sens, il s'est avéré difficile de rencontrer des acteurs de l'expédition, du commerce de gros et de la distribution. Leur lien avec les écotypes locaux d'oignons voire avec les oignons n'étant pas évident, ils ne comprenaient pas nécessairement l'intérêt de leur participation à l'étude. Chez les grossistes et les expéditeurs, il était également difficile d'obtenir des coordonnées puis de contacter la personne responsable du secteur légumes ou un dirigeant de l'entreprise. C'est pourquoi le sens donné à la vente et au commerce d'oignons est appréhendé en grande partie du point de vue de maraîchers. Il serait intéressant d'approfondir l'étude en questionnant davantage le point de vue des acteurs intermédiaires sur l'oignon.
- L'enquête dans la région de Bamberg a conduit à la rencontre de davantage d'acteurs non agricoles, que ce soient des restaurateurs ou des acteurs publics et associatifs. De fait, le nombre de maraîchers et leur part dans l'échantillon sont plus réduits que dans les Pyrénées-Orientales. Cela s'explique par des difficultés dans la prise de rendez-vous et le refus de certains maraîchers de participer à l'enquête.

#### **4.2.4 Portraits d'acteurs**

Treize portraits viennent présenter plus précisément l'échantillon enquêté. Les acteurs présentés ont été sélectionnés à partir de la typologie présentée précédemment (cf. Tableau 5). Concernant les acteurs agricoles, il s'agissait de présenter des acteurs ayant des modes de production et de commercialisation différents, c'est-à-dire inscrits en AB ou en conventionnel et pratiquant de la vente directe ou expédiant leur production sur des circuits longs. À partir des éléments collectés durant l'entretien, je présente leur parcours, leur activité et leur lien avec l'oignon et les écotypes. Dresser ces portraits a d'autant plus d'intérêt dans une démarche compréhensive qui se focalise sur les acteurs et sur le sens qu'il donne à l'oignon : cela permet de présenter de manière concrète les individus dont les discours constitueront le principal matériau d'analyse.

##### **4.2.4.1 Dans les Pyrénées-Orientales**

L'enquêté A est un maraîcher disposant des labels Agriculture Biologique et Déméter : il est issu du cadre agricole et a toujours vécu dans les Pyrénées-Orientales. Son exploitation créée en 1986 s'étend sur environ quarante hectares et est située à une extrémité de la plaine du Roussillon. Elle est principalement orientée vers l'arboriculture. En 2017, l'enquêté se lance dans la production de légumes pour diversifier son activité et, qui plus est, suivant un mode de culture original, inspiré de la biodynamie : les légumes poussent entre les pêchers, les

abricotiers et les figuiers. Ces associations de cultures sont le fruit d'expérimentations personnelles et visent, entre autres, à éviter les maladies et les nuisibles sans recourir à des intrants chimiques. Il critique, sur ce point, avec vigueur, l'usage de pesticides par l'agriculture conventionnelle. Pour la première fois en 2021, il plante des oignons de Toulouges aux pieds de ses arbres. Les motivations sont multiples : proposer un produit emblématique du secteur, disposant de qualités gustatives et visuelles et répondre à la forte demande locale. Il s'approvisionne en plants auprès d'un agriculteur de Toulouges et destine l'ensemble de ses oignons à la vente directe. Toutefois, en raison du caractère expérimental de sa production et de son faible volume, il se considère comme un « producteur touristique » (M18). Il est par ailleurs élu à la Chambre d'Agriculture et président d'une coopérative de fruits et légumes.

L'enquêtée B est une maraîchère en Agriculture Biologique, originaire des Pyrénées-Orientales et dont les parents ne sont pas issus du monde agricole. Suite à un Brevet Professionnel Responsable d'Entreprise Agricole (BPREA), elle rachète avec son mari « une exploitation traditionnelle, catalane, en conventionnel, avec rotation, patate, salade, patate, salade » (M24) puis la convertit en bio. Ils se spécialisent dans les légumes et font de l'arboriculture en complément. La particularité de l'exploitation de sept hectares est que les légumes sont essentiellement cultivés sous une vaste multi-chapelle : un moyen de pallier le froid dû à la localisation de l'exploitation, en contrebas du village et près d'un cours d'eau. Pour vendre leurs produits, elle et son mari tiennent un stand à l'exploitation un soir par semaine et se rendent deux fois, sur un marché dans une commune du littoral. Dans ce contexte, les légumes cultivés sont choisis en fonction de la demande de la population et des touristes. En cas de surproduction, ils sont vendus à des Biocoop. À l'instar de l'enquêté précédent, elle critique vivement l'agriculture conventionnelle et l'usage de produits phytosanitaires : le bio est, pour elle, une nécessité. L'agricultrice estime, d'ailleurs, que dans la sphère agricole, elle connaît surtout des producteurs en AB. Concernant sa production d'oignons, elle ne produit pas ceux de Toulouges faute de semences et de plants disponibles en bio. Des clients lui en demandent régulièrement mais elle a opté pour cinq autres variétés : le Morada d'Amposta, le Fireking, le Pissa, le Belinda et le rose de Figueres. Elles présentent l'intérêt, d'après elle, d'être disponibles à bon marché sur le catalogue d'un semencier en Catalogne, de s'accorder à son schéma de vente et d'avoir de bons rendements. L'enquêtée estime donc ne pas être très informée sur l'oignon de Toulouges.

L'enquêté C est un maraîcher conventionnel qui qualifie sa culture de « raisonnée ». Après avoir grandi dans les Pyrénées-Orientales, il s'associe à son père, en 2008, pour gérer son exploitation créée en 1985. Il la reprend en son nom en 2020 et produit actuellement sur près de cinq hectares exclusivement des légumes et, en particulier, des artichauts, des oignons, de l'ail, des tomates, des courges et des échalotes. Installé au nord de la plaine du Roussillon, à proximité de la Mer Méditerranée, il fait part de remontées de sel qui assèchent les terres et compliquent la production de légumes. En termes d'oignons, il produit le rouge de Toulouges, le rose de Figueres et un oignon jaune de cuisine : soit environ un hectare et vingt tonnes par an. Le tout est vendu sur des marchés de plein vent et le surplus est envoyé dans une coopérative. Pour produire les cinq tonnes d'oignons de Toulouges, il s'appuie sur l'expérience acquise auprès de son père. Il obtient les graines d'anciens agriculteurs de Toulouges et de la maison semencière Ducrettet qui en propose depuis 2021. D'après lui, l'arrivée de ce semencier d'envergure nationale assurera un approvisionnement suffisant en graines qui devenait de plus en plus difficile du fait du vieillissement des agriculteurs retraités engagés dans cette production. Le choix de l'oignon de Toulouges est lié à la forte demande locale et à la rentabilité de la production, bien qu'il estime que la variété ne soit connue que dans les Pyrénées-Orientales et qu'elle intéresse peu les centrales d'achat et la grande distribution : cela empêche l'export de la production et l'augmentation conséquente de son volume.

L'enquêtée D est arrivée en 2016 dans les Pyrénées-Orientales en tant que conseillère technique dans une association de producteurs en Agriculture Biologique. Elle travaillait auparavant dans une structure similaire dans un autre département. Au sein de l'association, elle s'occupe, entre autres, d'une station expérimentale où sont testés des variétés et des systèmes de lutte contre les ravageurs et les maladies. Les résultats sont ensuite diffusés aux producteurs-membres principalement situés dans la plaine. Selon elle, l'oignon n'est pas un sujet d'étude prioritaire. Dans ces conditions, l'échange a surtout porté sur la situation actuelle du maraîchage : selon elle, l'heure est au renouvellement des exploitations avec le départ en retraite ou la conversion de maraîchers conventionnels et l'arrivée de jeunes maraîchers bio non issus du cadre agricole. Quant à l'oignon de Toulouges, elle le connaît mais estime que les difficultés d'accès à la semence et à des plants certifiés limitent la production en bio. Notons, en outre, ce fait du hasard : elle connaît personnellement le maraîcher qui produit de la graine d'oignons de Toulouges pour un important semencier bio.

Elle l'avait rencontré lors de son précédent travail, pourtant situé à l'autre extrémité de la France.

L'enquêté E est un chef cuisinier dont le restaurant est situé au sud-ouest de la plaine du Roussillon. Né d'un père viticulteur, il découvre les Pyrénées-Orientales pendant ses études à l'école hôtelière de Perpignan. Il travaille ensuite dans des restaurants en Bretagne, à l'étranger et, à nouveau, dans les Pyrénées-Orientales. Il obtient deux étoiles au Guide Michelin avec l'un d'eux. Il revendique son attachement aux produits locaux et les intègre, de ce fait, à ses plats, publie des livres de recettes locales et organise des conférences et des ateliers de cuisine. Il est en relation avec des responsables associatifs, des particuliers intéressés par l'histoire et la gastronomie locale et des restaurateurs rassemblés dans une association départementale qu'il préside. L'oignon de Toulouges est, selon lui, un produit catalan emblématique. Il l'utilise sous plusieurs formes qu'il prend le temps de décrire durant l'entretien : cru, cuit au four, confit ou rissolé. Il regrette, cependant, la faible mobilisation du monde agricole pour doter ce produit d'une AOP ou d'un label. Pour souligner le potentiel inexploité de l'oignon de Toulouges, il prend l'exemple de produits dont la valorisation constitue, d'après lui, un succès : l'oignon des Cévennes et le piment d'Espelette.

L'enquêté F est un responsable de l'association Slow Food Pays Catalan, la branche locale du réseau international dont il est l'un des fondateurs et qui vise à promouvoir une alimentation locale et écologique. Lui et son association créent, en 2020, un marché mensuel de producteurs. L'enquêté ne cultive pas personnellement d'oignons de Toulouges mais agit pour sa protection. Il considère que la faible mobilisation des agriculteurs et l'absence de label menace le maintien-même de la production. Il souhaiterait que les agriculteurs prennent conscience du risque encouru et du potentiel inexploité de l'oignon de Toulouges : avec une Indication Géographie Protégée, la variété pourrait être davantage connue et exportée hors des Pyrénées-Orientales.

#### **4.2.4.2 Dans la région de Bamberg**

L'enquêté A naît à Bamberg dans une famille qui exerce la profession de maraîcher depuis le XVII<sup>e</sup> siècle. Après une formation agricole dans la ville, il reprend l'exploitation en 2011, à l'âge de 19 ans : en dix ans, il passe de cinq à dix hectares de parcelles exclusivement en plein champ et situées au Nord et au Sud de la ville. Aidé de ses parents et de trois salariés, il cultive plus de trente sortes de légumes dont les espèces typiques de la ville : les *Bamberger Hörnla*, *Rettich* (radis), *Zwiebel* (oignon), *Spitzwirsing* (chou). Au départ, ses légumes sont vendus à

des grossistes. Il est cependant rapidement confronté à deux difficultés : il juge les prix d'achat trop bas et se dit incapable de concurrencer les grandes exploitations maraîchères du Knoblauchsland<sup>22</sup> et du reste de l'Allemagne. C'est pourquoi il réorganise son modèle d'affaires : 90% de sa production est désormais destinée à être directement livrée à des supermarchés REWE dans un rayon de cinquante kilomètres. Le reste est destiné à trois restaurants de Bamberg. Bien que n'ayant pas de stand de vente directe, les particuliers peuvent lui commander des légumes. Il considère comme important le fait de livrer des produits frais, spécialement dans une ville comme Bamberg labellisé par l'UNESCO pour son passé maraîcher. Il regrette toutefois la diminution et peut-être à terme la disparition des activités maraîchères du fait de la pression urbaine et foncière et de l'absence de soutien public. Concernant la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*, elle a, d'après lui, une bonne conservation mais un goût proche d'un oignon normal et correspond à une production très réduite, localisée autour de Bamberg et secondaire dans son exploitation.

L'enquêtée B est l'ancienne gérante d'une exploitation maraîchère familiale de six hectares exclusivement située à Bamberg reprise en 2011 par son fils. Labellisée en agriculture biologique par Bioland, la production est, depuis 2012, vendue en intégralité dans leur ferme du quartier maraîcher ou via une Abokiste : un système de paniers proches de celui des AMAP françaises. Parmi soixante produits différents, ils produisent les écotypes bambergeois de chou, d'ail, de réglisse, de pomme de terre, d'oignon et de radis ; et coopèrent avec Slow Food pour mettre en valeur ces variétés. Concernant la BBZ, elle a renoncé à produire ses propres graines pour obtenir plus facilement la certification Bioland et achète donc des plants. Elle porte un regard critique sur les écotypes dits locaux. L'autoproduction de graines et les croisements qu'elle entraîne compliquent l'identification d'un type stable de Bamberg, ce qui rend leur désignation arbitraire. L'enquêtée regrette, en outre, la pression urbaine, les problèmes de place et de voisinage dans la Gärtnerstadt et l'absence de soutien de la part des pouvoirs publics.

L'enquêté C est salarié de l'association *Genussregion Oberfranken* et représentant de Slow Food Oberfranken. La première est une association fondée en 2007, comptant aujourd'hui 350 membres, valorisant la production alimentaire en Haute-Franconie au travers d'un label, d'opérations de communication, d'expositions, de marchés périodiques, d'ateliers de

---

<sup>22</sup> Région maraîchère située autour de Nuremberg et d'Erlangen. Pour plus de renseignements, se reporter à la partie 2.2.2.3.1 du Chapitre 3.

sensibilisation et de conférences. L'enquêté cherche à créer des liens entre les brasseries, les bouchers, les boulangers, les agriculteurs, les pouvoirs publics et la recherche afin de promouvoir les produits locaux auprès des consommateurs. La dynamique de l'association et la reprise de l'idée dans d'autres régions allemandes le satisfait grandement. L'enquêté est, de plus, président de Slow Food Oberfranken, une branche locale du réseau Slow Food Deutschland. Comme écotypes locaux d'oignon, il identifie la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* et la *Brotzeitzwiebel* (oignon pour le pain), tous deux seraient produits exclusivement à Bamberg et utilisables dans la recette locale bien connue d'oignon farci. D'après lui, la demande en produits de qualité, régionaux et écologiques a augmenté avec le Covid mais doit faire face à une offre en produits régionaux limitée, des crispations autour de l'agriculture biologique et des difficultés à contrôler le respect des cahiers des charges de labels.

L'enquêtée D gère l'association en charge du Jardin des Variétés ou *Sortengarten*. Arrivée à Bamberg à la fin des années 1970, elle exerce le métier de pédagogue jusqu'à sa retraite. Elle s'installe dans les années 2000 dans une ancienne ferme maraîchère au cœur de la *Gärtnerstadt*, le quartier maraîcher de Bamberg. En 2013, elle propose d'accueillir sur son terrain le jardin des variétés et de s'occuper de l'association. Cette dernière promeut les variétés anciennes et locales, dont celles de Bamberg, et en reproduit les graines. Chaque semaine, les membres se retrouvent pour s'occuper du jardin et partager un repas. Elle accorde une place particulière à la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* car l'association a permis de retrouver cette variété et de redémarrer une production de graines à Bamberg. L'enquêtée témoigne de la passion qui l'anime lors de la réception de nouvelles graines et de la multiplication de semences. Elle regrette cependant les faibles coopérations entre son association, les maraîchers et la ville de Bamberg et critique, plus largement, la mainmise de semenciers multinationaux.

L'enquêté E gère un hôtel-restaurant et une brasserie situés à quelques kilomètres de Bamberg. Depuis que sa famille a acquis les lieux en 1936, les générations se succèdent dans la gestion des lieux et, en 2016, il donne le flambeau à ses deux filles. La carte propose des spécialités de Franconie et des plats originaux comme le « Bieramisu » : un tiramisu à la bière. Il s'approvisionne auprès de maraîchers, d'une boucherie, d'une charcuterie et d'une boulangerie de la commune ou des environs directs. Les produits indisponibles sont commandés à un grossiste sur Bamberg. Les oignons sont au cœur de sa cuisine. Le chef affirme en souriant que « l'oignon est partout sauf en dessert » (R8). Il fait l'objet de plats

spéciaux présents ponctuellement sur la carte : Bamberger Zwiebel, soupe à l'oignon, *Zwiebelrostbraten* (rôtis de porc à l'oignon) et *Zwiebelkuchen* (tarte à l'oignon). Il utilise de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* qui est, pour lui, un bon oignon. Il est un intermédiaire entre oignon piquant et oignon doux même si son goût n'est pas des plus spécifiques. Bien que membre de la *Genussregion Oberfranken* et qu'insistant sur la saisonnalité et l'origine régionale de ses produits, il ne jette pas moins un regard critique sur les initiatives qui prônent les produits bio et régionaux. Elles ne prennent pas suffisamment en compte, selon lui, le coût de ces produits et les impératifs de rentabilité, d'acceptation par le client et de disponibilité auxquels les restaurateurs sont confrontés.

L'enquêtée F est maraîchère installée à une trentaine de kilomètres au sud de Bamberg, à proximité de la ville de Forchheim. Avec son mari et ses enfants, ils gèrent une exploitation agricole, une brasserie, un salon de thé et une entreprise de bâtiment. Les 20 hectares sur lesquelles s'étend l'exploitation accueillent de la forêt, des prairies, de l'arboriculture et trois hectares de maraîchage en plein champ où sont cultivés des oignons, des pommes de terre, concombre, des tomates et des poivrons. L'exploitation est familiale : « ça fait de nombreuses générations. Maintenant, ... ça fait 5-6 générations. » (M35). Les légumes sont vendus sur le marché hebdomadaire de Forchheim et à des restaurants ou *Gasthaus* aux alentours de Bayreuth. En termes d'oignons, elle produit un oignon jaune, la variété répandue dite de Stuttgart, un oignon rouge et, vraisemblablement, l'oignon de Bamberg : « ce long, je ne sais plus son nom. Celui qui est allongé est comme une poire [...] J'achète les semences à Bamberg, à un pépiniériste mais je ne connais pas la variété » (M35). L'origine des graines et la description de l'oignon rend probable qu'il s'agisse de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Elle reprend les pratiques culturelles de sa famille, notamment pour la récolte et la conservation de l'oignon : en août, les oignons sont récoltés, mis en tresse et accrochés au balcon de leur maison pour sécher. Ils sont ensuite entreposés dans des caisses et se conservent jusqu'au printemps suivant. L'interrogée insiste sur le fait que le maraîchage est rare autour de Forchheim et ce, d'autant plus que, le nombre d'exploitations agricoles diminue fortement dans le secteur. Le maraîchage est, selon elle, une caractéristique de Nuremberg et de Bamberg qu'elle qualifie de « ville de l'oignon » (« *Zwiebelstadt* »). L'interrogé considère, par ailleurs, le *Landkreis* de Forchheim comme sa *Region*. Si ce périmètre suscite un fort sentiment d'appartenance chez elle, elle se sent à l'inverse, peu

proche de Bamberg où elle se rend rarement. Il en résulte une pratique de l'espace et un discours distinct de ceux des interrogés de Bamberg.

L'enquêté G est français et est arrivé au cours des années 2010 à Bamberg avec sa partenaire qui connaissait la ville pour y avoir fait ses études. Son arrivée ici est le résultat d'un parcours, d'après lui, peu linéaire. Après des études dans le domaine de l'environnement en vue de faire du conseil technique, il décide de faire lui-même de l'agriculture et non du conseil. Il fait donc une licence professionnelle, un stage en Inde et plusieurs mois de « Wwoofing »<sup>23</sup>. À son arrivée à Bamberg, il a la possibilité par un concours de circonstances de devenir maraîcher en tant que salarié d'une association du réseau Solawi<sup>24</sup>. Il dispose d'un hectare et demi au sud de Bamberg et propose des paniers hebdomadaires aux 130 membres qui paient pour ce service une cotisation annuelle. Les légumes sont cultivés en bio sans être labellisés pour des raisons financières. Le bio est, pour lui, le moyen de réveiller des sols dégradés par la monoculture : il jette un regard critique sur les exploitations intensives en quête de productivité et de grande quantité et ce, qu'elles soient bio ou conventionnelles. Il produit, par ailleurs, six variétés d'oignons, blancs, rouges, de printemps et de cuisine dont il achète les plants dans une entreprise bio. Il ne connaît pas la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* et n'en cultive donc pas.

Ces portraits montrent la diversité des profils qui composent le panel et l'ambivalence du sens donné à l'oignon et aux écotypes locaux.

#### **4.2.5 Déroulement des entretiens**

Dans les Pyrénées-Orientales, la plupart des personnes contactées ont accepté de participer à l'enquête. Ceux qui ont refusé, que ce soit sur site ou par téléphone, évoquaient généralement le manque de temps. Les restaurateurs, potentiellement davantage habitués aux interviews, se montraient généralement moins loquaces. Les entretiens duraient en moyenne 44 minutes contre 1h29 pour ceux avec des acteurs agricoles.

---

<sup>23</sup> Le « Wwoofing » consiste à partager la vie d'un agriculteur biologique, membre du réseau mondial WWOOF créé en 1971. Durant son séjour, l'hôte apporte son aide à l'agriculteur, en l'échange du gîte et du couvert.

<sup>24</sup> L'agriculture solidaire (*solidarische Landwirtschaft*, abrégée Solawi est un modèle d'agriculture apparu en Allemagne dans les années 1980 défendant l'agroécologie et l'autonomie alimentaire des populations. Une Solawi est une association qui distribue à ses membres des paniers de produits. Pour obtenir les produits, soit l'association passe un contrat avec des agriculteurs indépendants, soit elle loue des terres et emploie un ou une plusieurs personnes pour les exploiter. L'Allemagne accueille 205 Solawis en 2019 (Zwer, 2019).



Le lieu des entretiens engage à des considérations réflexives dans la mesure où ils influencent le rapport à l'interrogé, le déroulement de l'entretien et la teneur des échanges (Guétat-Bernard, 2007 : 74, 87). Les entretiens se sont tenus principalement dans deux types de lieux qui présentaient chacun des avantages et des inconvénients :

- Sur le lieu d'activité des interrogés : restaurants, siège d'entreprises et d'exploitations agricoles, musées ou centres d'exposition. Dans le cas où le maraîcher m'accueillait sur son exploitation, l'entretien se déroulait généralement en plein air et donnait lieu à la visite des parcelles, ce qui me permettait de visualiser concrètement les activités du maraîcher et ses pratiques culturelles. Cela pouvait toutefois poser des difficultés en termes d'enregistrement audio, notamment en cas de tramontane. Je tâchais donc de limiter l'exposition du micro au vent.
- Sur des marchés de gros ou de plein vent, sur proposition des producteurs qui se disaient davantage disponibles pour répondre à mes questions à ce moment-là. L'entretien durait généralement moins longtemps et, circonstances obligent, était interrompu par l'arrivée de clients. Cela permettait cependant d'observer les interactions avec d'autres producteurs et avec la population.

Des entretiens ont été réalisés par téléphone, dans deux types de situation en particulier : lorsque l'interrogé était éloigné géographiquement ou qu'il se disait disponible au moment de l'appel et invitait de lui-même à ce que l'entretien se fasse par téléphone. Je limitais cela autant que possible car les entretiens étaient généralement plus courts, ils compliquaient la saisie des réactions et les échanges informels qui se tenaient au début et à la fin des entretiens qui étaient d'un grand apport.

Pour clore ce retour sur le déroulement des entretiens, j'évoquerai une dernière difficulté à laquelle j'ai été confrontée : à savoir, les erreurs ou, du moins, le caractère erroné de certains propos. J'illustrerai ce point par deux exemples. Des enquêtées indiquaient parfois que l'oignon de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* bénéficiaient d'une AOP ou d'une IGP, ce qui n'était pas le cas. Des maraîchers indiquaient aussi cultiver de l'oignon de Toulouges alors qu'au vu de leurs sources d'approvisionnement en semences ou en plants, il s'agissait très probablement de Fireking mais en tous cas pas de l'écotype local. De même, des restaurateurs indiquaient cuisiner de l'oignon de Toulouges alors qu'il s'agissait là encore probablement de Fireking. Faut-il les considérer comme des producteurs ou comme des

utilisateurs d'oignons de Toulouges ? Plus largement, comment être certain que les autres producteurs d'oignons de Toulouges le soient véritablement ?

Ces questionnements font écho à des débats méthodologiques, notamment en sociologie, à propos de la véracité des propos tenus que ce soit lors de sondages ou d'enquêtes qualitatives (Mercklé & Octobre, 2015). Une critique émise fréquemment consiste à considérer l'entretien comme « incapable de dire la « vérité » sur les pratiques et représentations sociales » (Pinson & Sala Pala, 2007). Mauvaise mémorisation, oublis, mensonges ou omissions volontaires ou non, incapacité à dire certains éléments, caractère inconscient des habitudes et « des pratiques profondément routinisées » (Compagnone, 2015), variations des réponses suivant les questions et le contexte de l'entretien, mécompréhension de la part de l'enquêteur (Mercklé & Octobre, 2015 ; Pinson & Sala Pala, 2007) : autant de facteurs potentiels d'erreurs, de récit « lacunaire » (Compagnone, 2015) et de « déformation globale des pratiques et représentations » (Pinson & Sala Pala, 2007). « Les enquêtés mentent-ils ? » se demandent ainsi Mercklé & Octobre (2015). « À qui peut-on se fier ? » s'interroge Demazière (2007). Ces questions se posent d'autant plus dans des entretiens compréhensifs, du fait du faible guidage de l'échange et de la liberté accordée à l'enquêté dans son propos (*ibid.*).

Que faire dans ces conditions ? Trois pistes me guideront dans ma démarche.

Il s'agit, tout d'abord, d'avoir conscience que « les personnes interrogées livrent leur version des faits, parmi d'autres possibles » (Demazière, 2007) ; et de reconnaître l'impossibilité d'accéder à la réalité dans sa globalité. La vision et le discours de l'enquêté comme sa réception par l'enquêteur ne peuvent se départir d'une part de subjectivité. Loin d'être un écueil, la subjectivité est constitutive de l'entretien compréhensif. La validité de ce dernier dépend précisément de l'« engagement subjectif de la personne qui se risque à mettre en mots son parcours, [qui est] engagée dans une tentative de compréhension de ses expériences, et mobilisée pour construire un compte rendu argumenté de son monde personnel » (*ibid.*). L'entretien se distingue, en ce sens, du témoignage qui vise le recueil d'informations factuelles et véridiques (*ibid.*). Un pacte tacite de confiance lie, par conséquent, enquêté et enquêteur (*ibid.*). Il consiste, pour l'un, à dire ce qu'il croit être la vérité et, pour l'autre, à le croire et à ne pas travestir ses propos. La sincérité de l'interviewé tient au fait que « l'entretien n'est ni un interrogatoire subi et gênant, ni une perte de temps contrariante, mais plutôt une occasion rare de pouvoir réfléchir à leurs pratiques, d'évoquer les problèmes qu'ils

rencontrent au quotidien dans leur travail, et de trouver une écoute extraordinairement attentive » (Pinson & Sala Pala, 2007) est majoritaire.

Ensuite, il est possible de limiter les imprécisions et les erreurs. Les informations factuelles telles que des dates, des chiffres ou des lieux peuvent être vérifiées via le croisement avec d'autres sources. Il ne faut également pas hésiter à demander à l'enquêté d'explicitier son propos. Pour saisir une pratique qui sera si routinière qu'elle ne sera potentiellement pas verbalisée, Claude Compagnone (2015) invite, par exemple, à en demander explicitement une description. L'observation directe et la participation aux activités de l'acteur (Garçon, 2015) permettent également d'aller au-delà des « seules méthodes de recueil déclaratif de l'information [vers] à l'appréhension des interactions en situation » (Serra Mallol, 2016). Ces observations sont des moyens, certes, de contrôler la véracité des propos mais elles ouvrent surtout des pistes de réflexion sur « la distance entre ce qui est dit par les membres d'un groupe sur eux-mêmes et les pratiques effectives de ce même groupe » (*ibid.*). La vérification des informations données dans les discours n'est, cependant, ni toujours possible ni nécessairement souhaitable.

Une dernière option consiste alors à considérer les erreurs comme des sources d'interprétation. Ainsi, quand des acteurs indiquaient que la BBZ ou l'oignon de Toulouges faisaient l'objet d'un label, cette confusion pouvait être comprise comme le témoin du sens donné aux Indications Géographiques. De plus, le parti pris a été de considérer que les agriculteurs cultivaient ce qu'ils disaient cultiver et que les restaurateurs cuisinaient ce qu'ils disaient cuisiner ; et d'analyser la revendication de l'oignon de Toulouges comme la marque de la notoriété de l'éco-type et de la signification qui lui est accordée sur le terrain d'étude.

### **4.3 VISITE DE (SUPER)MARCHÉS**

L'étude de la filière de l'oignon implique de se pencher sur le secteur de la distribution et de la commercialisation, en gros et en détail. Plusieurs questions se posent : quels oignons sont proposés ? L'oignon de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* le sont-ils et si oui, font-elles l'objet d'un prix, d'une mise en valeur et de circuits spécifiques ?

C'est pour y répondre qu'une partie du travail de terrain a consisté à se rendre sur les lieux de vente d'oignon. Ces déplacements étaient aussi le moyen d'identifier les producteurs et distributeurs d'oignons et d'obtenir leurs coordonnées en vue d'entretiens. Les sous-parties suivantes présentent le déroulement des visites sur ces sites qui, au fur et à mesure, est

devenue relativement méthodique. Ils seront regroupés en trois catégories : les marchés de gros, les marchés de plein vent et les autres lieux de vente au détail (cf. Figure 11). Pour définir cette dernière catégorie, je m'appuie sur la typologie des circuits de distribution du secteur des fruits et de légumes frais proposée par FranceAgriMer (FranceAgriMer, 2019). Cela englobe :

- Les hypermarchés,
- Les supermarchés,
- Les « Enseignes à Dominante Marque Propre » (EDMP) ou Hard Discount,
- Les commerces spécialisés correspondant aux « primeurs et grandes surfaces [spécialisées dans le secteur du] frais » (*ibid.*),
- Les magasins de proximité désignant les « supérettes et enseignes généralistes de proximité » (*ibid.*).

Figure 11 L'oignon en gros et en détail : une visite des sites de distribution

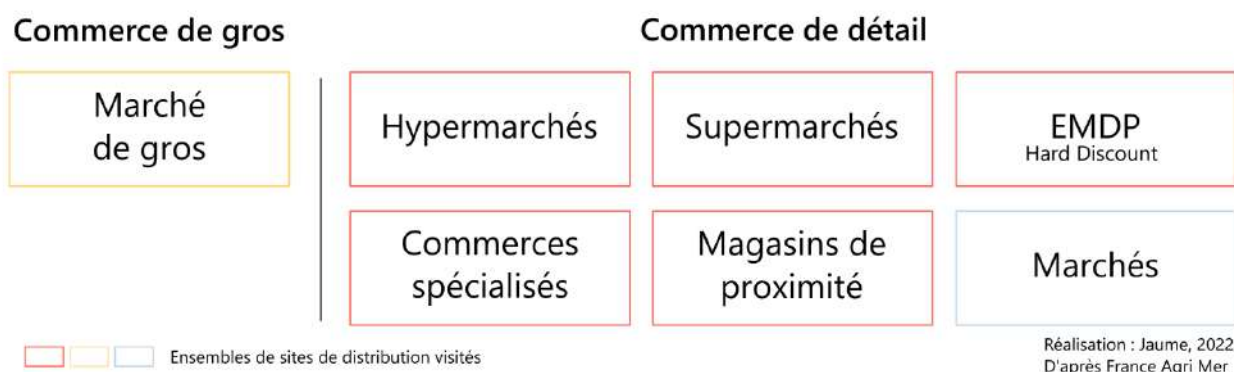


Tableau 10 Typologie des magasins alimentaires de détail

Type	Définition	Exemples
Supermarché & Hypermarché	Libre-service avec composante alimentaire, aussi qualifié Grande et Moyenne Surface (GMS) suivant leur taille Cela inclut les supermarchés proposant des produits issus de l'Agriculture biologique	Rewe, Kaufland, Edeka U, Leclerc, Auchan, Intermarché, Carrefour Biocoop, Naturalia, La Vie Claire Naturland
Commerces spécialisés	« Primeurs et grandes surfaces [spécialisées dans le secteur du] frais »	Grand Frais

		Magasins coopératifs de producteurs
Magasins de proximité	« Supérettes et enseignes généralistes de proximité » « Libre-service à dominante alimentaire, assortiment large et peu profond » (Filser <i>et al.</i> , 2020) constituant de « petits commerces de proximité » (Pouzenc, 2012)	Carrefour Express, Carrefour City Spar, Vival, Proxi
Enseignes à Dominante Marque Propre (EDMP)	Aussi appelé Hard Discount « Libre-service alimentaire, une référence par produit, prix très bas » (Filser <i>et al.</i> , 2020)	Lidl, Aldi, Netto, Norma

#### 4.3.1 Marché de gros

Les premiers sites de commercialisation visités sont les marchés de gros. Les entretiens révèlent, en effet, le rôle des grossistes et des marchés de gros dans l'organisation de la production d'oignons. Ils sont des lieux d'interaction entre les agriculteurs, les acteurs de la logistique, les commerçants et les restaurateurs.

Je me suis rendue à quatre reprises au marché de gros de Perpignan et sa halle aux carreaux (cf. Chapitre 3, 2.2.1.5.3). Durant ces visites, je demandais aux producteurs comment ils s'organisaient pour les graines et les plants, de brèves informations sur leur exploitation et sur leurs clients. Puis, je sollicitais un entretien. J'ai pu à cette occasion obtenir les coordonnées de producteurs, et me confronter aux faux oignons de Toulouges.

A Bamberg, le marché de gros de Nuremberg et le grossiste Denschelmann-Wellein sont les principaux sites de transit de la production d'oignons. J'ai visité le marché de Nuremberg accompagnée de sa directrice et me suis rendue à plusieurs reprises sur le site de Denschelmann-Wellein à Bamberg pour demander un entretien mais j'ai dû en fin de compte me résoudre à poser mes questions par mail à la directrice.

#### 4.3.2 Marchés de plein vent

La visite des marchés de plein vent s'est avérée fructueuse du fait du poids important des circuits courts et de la vente directe dans la région de Bamberg comme dans les Pyrénées-

Orientales. Certains marchés ont un fort écho au niveau local et sont quasiment vus comme des institutions. Citons par exemple le marché se tenant quotidiennement sur la Grüner Platz, au centre de Bamberg et celui de Prades qui rassemblent le mardi et le samedi de nombreux producteurs des alentours de la ville. De manière générale, les marchés de plein vent sont des lieux d'achat de légumes importants en France et en Allemagne : ils représentent 11,5% des achats de légumes sur la période 2015-2019 en France et 19% outre-Rhin en 2021 (Statista, 2023).

Le déplacement sur les marchés avait un déroulement similaire à celui décrit pour le marché de gros de Perpignan. J'identifiais les vendeurs d'oignons, de *Bamberger birnenförmige Zwiebel* et d'oignons de Toulouges. Si l'un des écotypes locaux était présent, je notais son prix, le nom par lequel il était désigné et le nom de l'exploitation de production. J'abordais ensuite le vendeur pour lui poser des questions. Après m'être présentée en tant que doctorante à l'Université de Perpignan ou que doctorante française en Allemagne, je leur demandais s'ils en étaient les producteurs. Si oui, produisaient-ils leurs graines et leurs plants ou à qui les achetaient-ils ? Dans le cas de revendeurs, je les interrogeais sur l'origine de ces oignons et sur les modalités de transaction avec le producteur. Une fois ces questions posées et si la situation s'y prêtait, je demandais aux vendeurs s'ils accepteraient de répondre à davantage de questions lors d'un entretien.

Bien qu'elle s'avérasse souvent utile, la visite de marchés donnait lieu à des difficultés.

Le marché n'est pas le meilleur moment pour poser des questions à des maraîchers : occupés à servir la clientèle, ils n'ont pas nécessairement le temps pour répondre aux questions cela d'autant plus s'ils n'ont pas à faire à un acheteur potentiel. Il fallait donc être bref et sentir quand la situation était la plus adaptée, quand la file était réduite ou qu'un vendeur était disponible. L'objectif était de déranger le moins possible les vendeurs, consciente que le marché est un moment clé pour leur activité. Je me mettais en retrait lorsque des clients arrivaient et reprenais la discussion lorsqu'ils étaient servis.

Bien que souvent surpris par mes questions et par l'objet de mon travail, la plupart des vendeurs ont accepté de répondre à mes questions. La demande d'un entretien ultérieur sur l'exploitation a fait l'objet de davantage de réserves, notamment chez des maraîchers conventionnels. Les maraîchers en AB se montraient généralement plus réceptifs à la démarche.

La visite des marchés en Haute-Franconie était particulièrement intense. Les vendeurs étaient étonnés qu'une étudiante française s'intéresse à leurs oignons et l'échange en allemand obligeait à un haut degré de concentration. Cela n'a cependant pas empêché l'obtention d'informations pertinentes et de rendez-vous.

### **4.3.3 Des petites aux grandes surfaces**

Le dernier ensemble de lieu de commercialisation visité comporte les magasins alimentaires au détail suivant la typologie de FranceAgriMer présentée précédemment (cf. Chapitre 2, 4.3). La visite de ces magasins vise à identifier si des écotypes locaux sont proposés. Si oui, comment sont-ils désignés et présentés sur l'étal, quel est le prix de vente et l'exploitation qui les produit ?

Un détour par ces établissements et notamment les supermarchés et hypermarchés se justifie triplement.

Ils sont le principal lieu d'achat de légumes en France et en Allemagne. Ils représentent 86% des achats de légumes en Allemagne en 2021 (Statista, 2023) : une proportion similaire à la France où ils représentent 88,5% des achats de légumes sur la période 2015-2019 (FranceAgriMer, 2021). Parmi eux, 52,1% des légumes sont achetés dans les seuls supermarchés et hypermarchés : une proportion stable depuis les années 2000 (*ibid.*). En comparaison, ce sont respectivement 10,7 et 6,5% de légumes qui sont achetés dans des Hard Discount et des magasins de proximité, parts de marché qui tendent à augmenter.

De plus, bien qu'associée à une « déconnexion vis-à-vis des territoires de production, [à une] mondialisation des approvisionnements » (Pouzenc, 2012) et à des produits standardisés, la grande distribution revendique de façon croissante son ancrage local. Cela se traduit par des partenariats avec des agriculteurs locaux qui livrent directement leurs produits au magasin, la présence de produits locaux par l'intermédiaire de marques de distributeurs comme Reflets de France chez Carrefour (Beylier *et al.*, 2011) et Nos régions ont du talent chez E. Leclerc, l'adaptation du catalogue suivant les régions, et par des opérations de communication faisant « la promotion des produits bio et de la consommation locale, à renfort de grandes affiches clamant des contrats justes noués par des distributeurs avec des agriculteurs qui produisent « 'propre et près de chez nous » (Pouzenc, 2012). Cette stratégie s'observe chez Leclerc, U, Intermarché (*ibid.*) en France, Rewe et Edeka en Allemagne<sup>25</sup>. Par cette communication, la

---

<sup>25</sup> Entretien M36

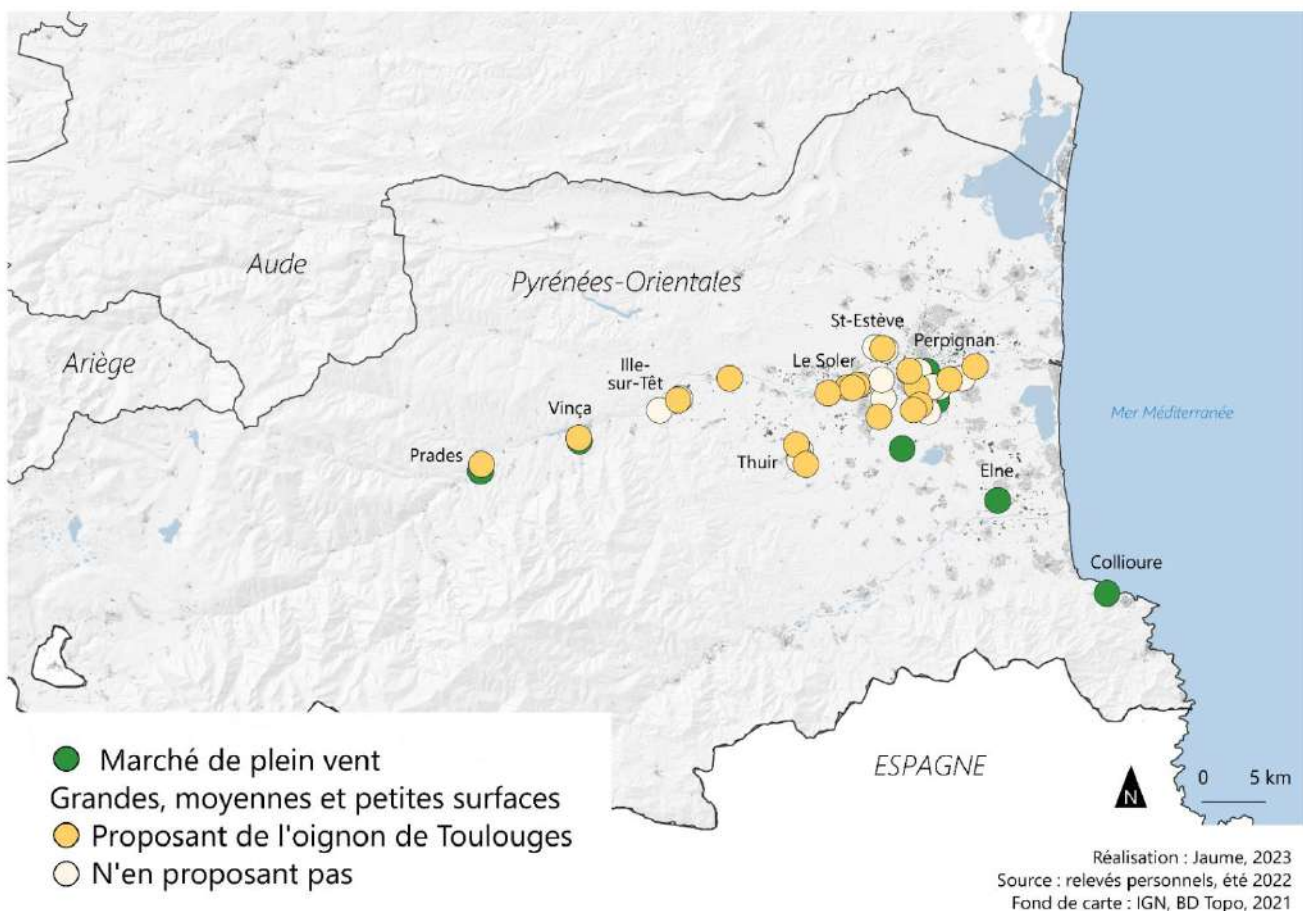
grande distribution revendique « son ancrage territorial, sa contribution au développement économique local [et sa] responsabilité sociale » (Beylier *et al.*, 2011). La quête d’ancrage n’est pas dénuée d’intérêt pour les enseignes : entre valeur ajoutée et valorisation de leur image (*ibid.*) mais elle dénote la participation de la grande distribution dans le mouvement de reterritorialisation de l’agriculture et de l’alimentation.

La visite des GMS a, en outre, un intérêt plus concret : l’identification des producteurs d’oignons dont les coordonnées sont parfois indiquées sur les étales ou les emballages.

#### 4.3.3.1 La recherche d’une visite méthodique

Aucun magasin sur une quinzaine visités de façon informelle vendant de la variété de Bamberg n’a été repéré durant les deux séjours quand bien même certains des légumes provenaient de maraîchers de la région de Bamberg.

Figure 12 En quête d’oignons dans les marchés et supermarchés. Localisation des sites visités.



Un relevé plus systématique a été réalisé dans les Pyrénées-Orientales. 37 GMS y ont été visitées dont 4 à plusieurs reprises, entre juin et août 2022. 18 d’entre eux vendaient de



l'oignon de Toulouges. La figure précédente (cf. Figure 12) indique les points de vente visités et chez ceux vendant de l'oignon de Toulouges, les prix pratiqués et la manière dont est présenté l'oignon sur l'étal. Ce relevé<sup>26</sup> donne lieu à deux remarques. Les prix de l'oignon de Toulouges est supérieur aux autres oignons et connaît de fortes variations suivant les lieux de ventes. Ils oscillent entre 2,99€ et 5,99€. Le prix moyen est de 4,45 € et le prix médian de 4,49€. De plus, aucun magasin discount n'avait d'oignon de Toulouges ni ne mettait en avant de partenariats avec des producteurs locaux. Les observations consécutives à la visite de ces lieux de vente appuieront, enfin, la présentation des résultats et, notamment, l'analyse du sens donné à la vente de l'oignon de Toulouges (cf. Chapitre 5, 1).

#### **4.4 RECHERCHE D'ARCHIVES : UNE RECHERCHE AU GOÛT D'ICEBERG**

Pour des cultures qualifiées régulièrement de patrimoine local, de très anciennes et d'emblématiques, il semble pertinent de vérifier cette historicité au travers de sources écrites. Un détour par des fonds locaux de bibliothèques et des archives a donc été très tôt envisagé. L'objectif était de retrouver des sources évoquées par les acteurs, durant les entretiens ou sur Internet ou, à l'inverse, de démontrer l'absence de sources écrites à propos des variétés locales.

Dans le *Guide de l'enquête de terrain*, les sociologues Stéphane Beaud et Florence Weber soulignent la nécessité d'« utilis[er] toutes sortes de documents qui préexistent à [une] enquête : statistiques administratives ou privées, journaux locaux, archives publiques ou privées » et de « fureter dans les archives ou les documentations municipales » (Barbier & Mandret-Degeilh, 2018). Lemieux (2012), dans l'ouvrage *L'écriture sociologique*, quant à lui consacre un chapitre spécifique à ce sujet sur lequel je me suis appuyé ici.

Intégrer ce type de travail n'a rien d'évident en sociologie (Israël, 2012) et en géographie. Le choix de se tourner vers ces archives pourrait être influencé par une représentation mythifiée et fantasmée des archives forgées, entre autres, par la littérature. Les archives symbolisent une « fascination du secret découvert sous des masses de papiers sans intérêt, dormant dans la poussière, [qui] donne licence à l'auteur de jouer les découvreurs en laissant libre cours à son imagination » (Nicol, 2015). Leur lieu de conservation est un « espace fantasmagorique où un romantisme plus ou moins mélodramatique déploie les ailes de l'imaginaire » (*ibid.*).

---

<sup>26</sup> Le relevé détaillé se trouve en Annexe (cf. Annexe 6).

Des historiens tels que Arlette Farge dans son livre, *Le goût de l'archive* (Farge, 1997), reconnaissent que ce type de travail réveille des émotions et une sensibilité. Il y a fort à parier que de telles représentations n'étaient pas étrangères à mon souhait d'explorer des archives durant cette thèse. Ma licence d'histoire, un stage aux archives de la Mairie de Biarritz et une visite aux Archives départementales de Seine-et-Marne m'avait toutefois montré la réalité de ce travail bien « plus prosaïque » (Nicol, 2015) que Da Vinci Code le laissait croire (*ibid.*). J'ai donc opté pour aller fureter dans les archives avec le souci d'être outillée méthodologiquement.

Qu'est-ce qu'une archive, en tout premier lieu ? Il n'existe, en réalité, pas de définition unique et consensuelle (Barbier & Mandret-Degeilh, 2018). Dans un sens très large, elle désigne un « type de document » (Israël, 2012) mais ce dernier doit-il être écrit ou peut-il être numérique, oral ou plus immatériel ? De même, à quel moment un document devient-il une archive ? (Barbier & Mandret-Degeilh, 2018). Pour répondre à ces questions, l'État français a élaboré un cadre législatif depuis la Révolution française et qui se matérialise dans le Code du Patrimoine. Les archives y sont définies comme « l'ensemble des documents, y compris les données, quels que soient leur date, leur lieu de conservation, leur forme et leur support, produits ou reçus par toute personne physique ou morale et par tout service ou organisme public ou privé dans l'exercice de leur activité » (article L. 211-1). Les archives sont dites publiques si elles sont placées sous l'autorité d'un pouvoir public ou privées dans les autres cas (Barbier & Mandret-Degeilh, 2018) : association, entreprise, familles. Cette définition légale est très large, ne précisant ni de format ni de modalités de conservation (*ibid.*). L'archive peut avoir un sens plus précis et désigner un document conservé dans une structure portant ce même nom qu'elles soient municipales, départementales et nationales ; ou encore, « les documents divers, rassemblés par une personne ou une famille, à des fins privées le plus généralement » (Israël, 2012).

La démarche s'est donc faite en plusieurs temps suivant les conseils de Israël (*ibid.*).

J'ai tout d'abord défini l'objectif de la démarche : un préalable nécessaire dans la mesure où « l'archive ne prouve rien, l'archive ne « dit » rien [...], hors d'une problématique et d'une réflexion donnée » (*ibid.*). Je cherche donc à savoir s'il existe ou non des sources écrites sur l'oignon et ses variétés locales sur les terrains d'étude. Si oui, cela permettrait de documenter leur histoire et la présentation des terrains d'étude. Si non, cela soulignerait l'intérêt de se focaliser sur des sources orales et sur le discours des acteurs via une méthode compréhensive.

J'ai ensuite envisagé l'exploitation des archives. Elles serviront à contextualiser les terrains d'étude et à mieux comprendre les propos des enquêtés ainsi que leur représentation du maraîchage local, de la production d'oignons et des écotypes.

Concernant les archives, il s'agit de fonds locaux de bibliothèques et d'archives publiques. Dans les Pyrénées-Orientales, je me suis rendue pendant cinq jours aux Archives Départementales, pendant deux jours aux Archives municipales de Perpignan, et ai visité les fonds locaux des bibliothèques de Perpignan, Prades, Elne et de l'Université de Perpignan. A Bamberg, il s'agit des fonds locaux de la Bibliothèque d'Etat (*Staatsbibliothek*), de la Bibliothèque municipale (*Stadtsbücherei*) et de la Bibliothèque Universitaire des départements d'Histoire-Géographie (*Teilbibliothek 5*) dans lesquels j'ai passé à chaque fois une journée. Une fois sur les lieux, je prends connaissance des ressources disponibles soit directement dans les rayons, soit via le catalogue. Dans ce cas, la recherche se fait à partir des mot-clé oignon, légume, jardin, maraîchage, maraîcher, potager, marché, jardinier ou, en allemand, *Zwiebel* (oignon), *Gemüse* (légume), *Garten* (jardin), *Gemüsegärtner* (maraîcher), *Gärtner* (horticulteur), *Gemüse(an)bau* (maraîchage). Lors de la consultation des documents, j'ai pris soin de bien décrire les sources afin de les rendre accessibles et vérifiables par les lecteurs. J'ai noté, par conséquent, leurs cotes, leurs formats, leurs auteurs, leurs dates, leurs titres (Israël, 2012) pour chaque extrait ; et la lecture s'est accompagnée d'une prise de notes, de la copie de citations et de données statistiques (*ibid.*) et de la photographie de cartes et d'illustrations.

Les documents consultés consistent en des documents institutionnels (cahiers des charges de labels, comptes-rendus de réunion, rapports, documents stratégiques), des revues professionnelles, des thèses et mémoires de maîtrise, des ouvrages ou des revues d'associations sur l'histoire et la gastronomie locale. Ils sont le fruit d'institutions telles que la Chambre d'Agriculture ou la LWG, de chercheurs, d'étudiants, de particuliers ou de membres d'associations.

De retour des archives, le travail d'exploitation commence. Les informations collectées forment « un matériau émietté » (Farge, 1997) un « fouillis de[...] documents » (Nicol, 2015) qui ne montre aucunement un « récit tout élaboré » (Corbin, 1991). Leur valorisation implique de ce fait, une sélection et une interprétation (Nicol, 2015) complétée par une traduction pour les documents en langue allemande. Je réorganise donc les informations pour les intégrer à

la présentation des terrains d'étude et répondre à ma question initiale : existe-t-il des sources primaires écrites sur les écotypes locaux d'oignon ?

Je ne peux que constater le peu d'archives concernant le maraîchage de la culture d'oignons et leurs variétés locales. La principale difficulté a trait à la primauté de sources secondaires. En d'autres termes, les textes publiés au XXe siècle retraçant l'histoire du maraîchage à Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales s'appuient principalement sur des textes plus anciens dont les références ne sont pas nécessairement explicites et qui sont donc difficilement accessibles. À Bamberg, pour comptabiliser le nombre de maraîchers et d'hectares cultivés, de nombreux ouvrages récents reprennent les chiffres de Dürrwächter (1923) et de Karl Koch (1873) qui eux-mêmes s'appuyaient sur des ouvrages antérieurs. La première mention d'un jardinier et d'une communauté à Perpignan apparaît ainsi dans de nombreux textes sans référence à une source primaire (Delpech, 1997). Delpech (*ibid.*) estime ainsi que la bibliographie sur l'histoire du maraîchage des Pyrénées-Orientales est « évasive » et qu'elle s'appuie avant tout sur des textes précédents « sans apport nouveau » (*ibid.*). Dans son étude sur les confréries de jardiniers dans les Pyrénées-Orientales, Delpech note la rareté et l'hétérogénéité des sources : il est confronté à une « sorte de pêle-mêle où se côtoient archives judiciaires, archives ecclésiastiques, archives notariales, archives fiscales » (*ibid.*). Les sources sont ponctuelles du XIIIe au XVe et le sont encore plus du XVe au XVIIIe siècle, du fait des guerres et des périodes d'occupation (*ibid.*).

Le nombre des sources dans les Pyrénées-Orientales qui renseignent sur l'histoire des bassins maraîchers et sur la production d'oignons varie suivant les périodes (Peyrière *et al.*, 1938). À partir des années 1750 jusqu'à aujourd'hui, le développement du maraîchage et celui des organismes statistiques, scientifiques et techniques entraînent une multiplication des sources (*ibid.*). Des mémoires et des thèses ont ainsi été consacrés au secteur légumier depuis la deuxième moitié du XIXe siècle. À Bamberg, les travaux de chercheurs, de conseillers techniques, d'associations sur le maraîchage dans la ville et dans la région se multiplient après les années 1850, que ce soit en économie, en agronomie ou en histoire (cf. 1.2.2). Sur les deux terrains d'étude, la grande majorité des éléments consultés durant mon enquête ont été publiés entre le début du XIXe siècle et aujourd'hui.

La documentation concernant spécifiquement l'oignon de Toulouges et de la BBZ est logiquement encore plus dispersée. Les éléments trouvés à ce sujet sont présentés au début du chapitre 3 (cf. 1.2). Notons que rares sont les textes à aborder l'histoire et la technique de

culture. S'ils existent, ils ne sont généralement pas le fruit d'agriculteurs. Ils portent moins sur l'oignon de Toulouges ou de Bamberg que sur l'oignon en général et ce sont des sources secondaires, c'est-à-dire qu'ils reprennent des documents plus anciens dont les références ne sont pas nécessairement explicites et donc difficilement accessibles.

Comment comprendre ce faible nombre d'archives et de sources écrites ?

Une première explication tient à la primauté de l'oral dans le bassin maraîcher. Pour Delpech, le corps de métiers maraîcher du Roussillon dispose d'une « culture orale » fondée sur un « savoir empirique et technique » (Delpech, 1997). La transmission des pratiques d'irrigation, de plantation, de culture de légumes primeurs se fait moins par écrit qu'à l'oral (*ibid.*). À Bamberg, Wussmann fait la même analyse : déplorant le peu de sources écrites à propos de l'activité maraîchère bambergéoise, il s'oriente vers des sources orales et des témoignages (Wussmann, 1996).

On peut également considérer que ce qui se trouve dans les archives n'est là que parce que cela y a été déposé. Cette remarque paraît aller de soi mais amène à envisager les archives comme la « résultante d'un geste de tri, d'une sélection, d'une volonté de conservation entre l'« intéressant » et ce qui ne l'est pas, ce qui peut être rendu public et ce qui doit rester secret, ce qui doit rester et ce qui doit disparaître. » (Israël, 2012). Métaphoriquement, les archives font d'emblée figure de mines d'or, avec l'impression d'accéder à un ensemble précieux d'informations. Mais la métaphore qui semble plus pertinente est celle de l'iceberg. Les archives sont la partie visible et ce qui ne s'y trouve pas, la partie immergée. Ainsi, des documents écrits à propos des écotypes peuvent exister mais ils n'ont pas été déposés aux archives.

En définitive, ce détour par les fonds locaux a eu un double intérêt. Il a, d'une part, permis la collecte de documents qui seront utilisés dans la présentation des terrains d'étude. Il a, d'autre part, mis en évidence la rareté des sources écrites à propos du maraîchage local et leur quasi-absence à propos de l'oignon de Toulouges et de la BBZ. Ce constat justifie d'autant plus le choix d'une démarche compréhensive où l'analyse repose sur les discours oraux d'acteurs contemporains.

## 5 TRAITER, ANALYSER ET RESTITUER

### 5.1 ANALYSE DES ENTRETIENS : DE NVIVO À L'ANALYSE DE DISCOURS

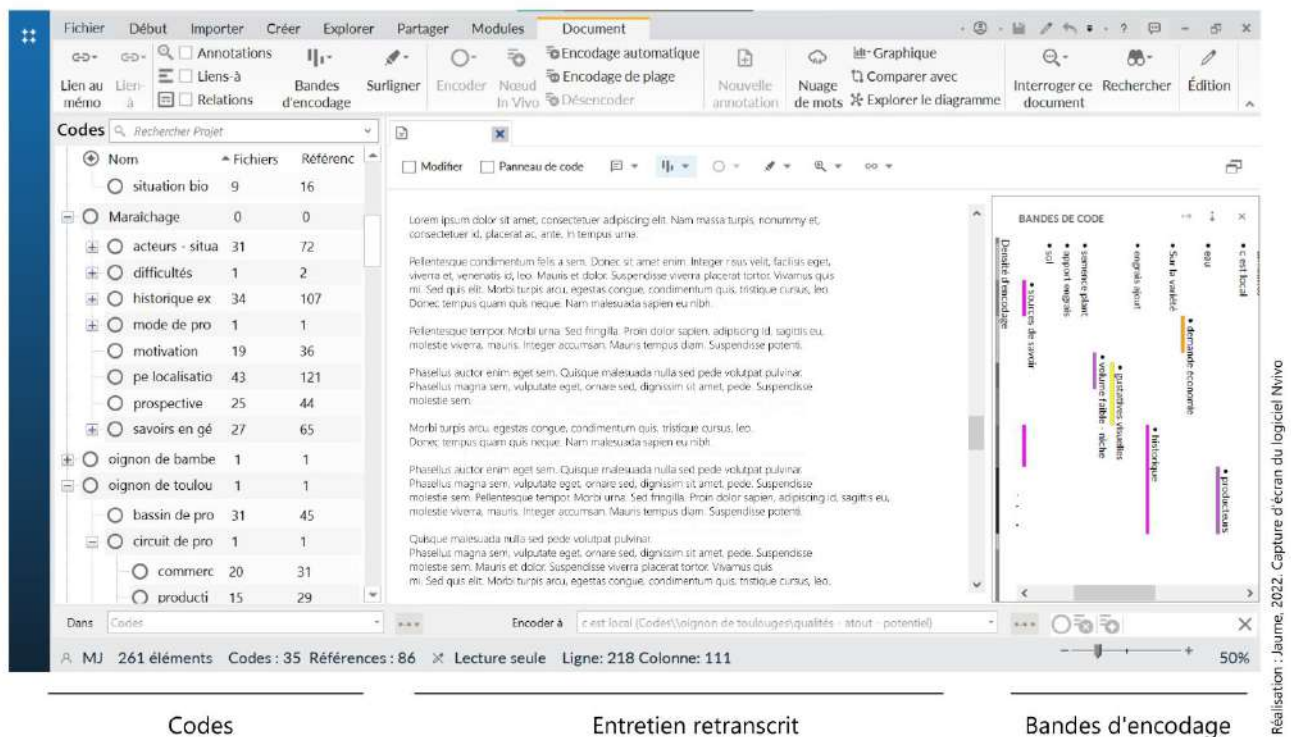
Le traitement des entretiens correspond à une analyse de contenu thématique au moyen du logiciel Nvivo.

Soixante-dix entretiens ont été enregistrés et intégralement retranscrits. La retranscription des propos n'a pas été possible en cas de refus de l'enquêté d'être enregistré, de conversation informelle et de souci dans la manipulation de l'application d'enregistrement d'appels téléphoniques. Je m'efforçais, quoi qu'il arrive, de prendre des notes et de relever des citations, des réactions et des observations dans un cahier. La grande majorité des enquêtés ont accepté d'être enregistrés, ce qui a facilité l'échange dans la mesure où j'étais moins occupée par la prise de notes. Pour des raisons pratiques et pour faciliter leur exploitation, les entretiens en allemand ont été immédiatement traduits en français au moment de la retranscription. J'ai toutefois noté certains termes utilisés dans la perspective de réaliser des comparaisons lexicales (cf. Partie 3, 4.2.1).

L'analyse de contenu thématique consiste en une « thématisation » des discours (Martineau & Plard, 2017), c'est-à-dire en « la transposition d'un corpus donné en un certain nombre de thèmes représentatifs du contenu analysé » (Paillé & Mucchielli, 2008). Des thèmes, sujets ou problématiques récurrents sont identifiés et saisis dans le logiciel : ils deviennent des catégories ou sous-catégories dans lesquelles sont intégrés les propos qui s'y rapportent. La définition des catégories s'effectue au fil du codage suivant une logique « exploratoire » (Germaine, 2011) et « la plus inductive possible » (Lenormand, 2014).

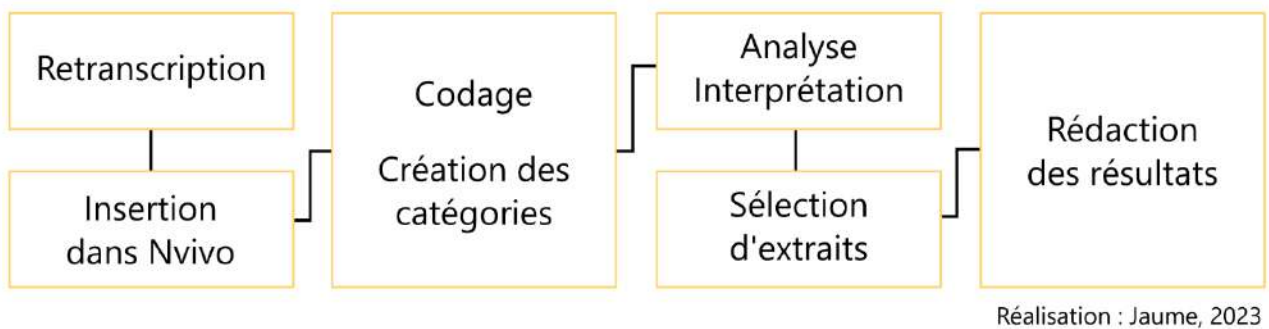
La construction progressive des catégories au fil d'une lecture précise et exhaustive des entretiens permet de faire ressortir des thèmes qui n'étaient pas apparus de prime abord. Les éléments codés sont moins des mots que des phrases et des paragraphes, le but étant d'éviter « l'écueil de réduction des discours à des mots signifiants » (Germaine, 2011). Une fois le codage réalisé, le chercheur interprète les propos (Levasseur & Ortiz-Hernandez, 2017) au regard du contexte dans lequel ces derniers ont été tenus (Martineau & Plard, 2017) et du profil des enquêtés.

Figure 13 Le logiciel Nvivo dans la pratique. Capture d'écran de l'interface



Réalisation : Jaume, 2022. Capture d'écran du logiciel Nvivo

Figure 14 Place de Nvivo dans l'analyse



Réalisation : Jaume, 2023

La réalisation de cette tâche par un logiciel informatique comme Nvivo permet le traitement systématique et organisé d'un important corpus de texte (Germaine, 2011). Ce dernier sera utilisable dans son intégralité et de manière plus optimisée et plus fine qu'avec la méthode « traditionnelle » consistant à surligner les entretiens ou à les classer manuellement dans un logiciel de traitement de texte. D'après Lenormand, cette méthode favorise « la traçabilité entre les données et les résultats » (Lenormand, 2014) dans la mesure où la perte d'informations est plus réduite et le potentiel de valorisation plus élevé. Cela explique l'utilisation croissante de Nvivo dans des enquêtes qualitatives fondées sur l'analyse d'entretiens oraux ou de textes (*ibid.* ; Owen *et al.*, 2020 ; Martineau & Plard, 2017). Le logiciel donne, en outre, la possibilité de présenter ses résultats sous la forme de graphiques, de

nuages et des réseaux de mots (Germaine, 2011). L'analyse de contenu thématique présente, enfin, un intérêt particulier dans le cadre d'une démarche comparative (Germaine, 2011) : les propos tenus sur les différents terrains d'étude peuvent faire l'objet d'une grille d'analyse similaire et être confrontés sur une même base.

Cette méthode est néanmoins à considérer avec un regard critique. Le logiciel est un outil dont la fonction est d'« accompagner le chercheur dans la phase de théorisation » (Lenormand, 2014) : il est « un support au codage et à l'indexation des données » (Dany, 2016 : 29). Il ne code pas lui-même les entretiens ni ne produit d'analyse en tant que telle. Il n'est qu'un « assistant » (*ibid.*). C'est au chercheur que revient la tâche de définir les catégories, de classer les propos, de formuler à partir de ce tri des hypothèses et des interprétations (Levasseur & Ortiz-Hernandez, 2017).

Les arguments exposés motivent le recours à une analyse de contenu thématique et au logiciel dans le cadre de ma thèse. Une grille a été élaborée au fil du codage (cf. Tableau 11). Le codage s'organise en quatre grandes catégories : « Acteurs et interrelations », « Pratiques, savoirs et savoir-faire », « défis et difficultés », « représentation de l'espace ». Trois niveaux d'analyse ont été retenus : le maraîchage, la production d'oignons et la production d'écoypes locaux d'oignons. Le tableau à double entrée donne à voir la structure du codage et les catégories retenues. La dénomination des catégories vise à désigner synthétiquement le contenu des propos qui y sont correspondant. Le nombre de catégories a évolué au fur et à mesure du codage afin d'en optimiser la précision et de favoriser leur exploitation tout s'assurant que les catégories soient suffisamment larges pour regrouper un minimum de verbatims.

Tableau 11 Catégories obtenues à l'issue de codage des entretiens

	Maraîchage	Oignon	Ecotype local
Représentation de l'espace			
Représentation générale de l'espace <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histoire</li> <li>• Identité locale</li> <li>• <i>Régionalität</i> (Régionalité)</li> </ul>			
Perception de l'aire de production <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histoire</li> <li>• Lieux et espaces concernés : leur situation (déclin ou développement), la localisation des acteurs</li> <li>• Ses atouts et contraintes <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Accès au foncier, transmission des exploitations</li> <li>○ Climat, aléas, saison, Réchauffement climatique</li> <li>○ Sol</li> <li>○ Vent</li> </ul> </li> </ul>			



<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Biodiversité</li> <li>• Une localisation choisie ou subie ?</li> </ul>			
Prospective			
<b>Pratiques, savoirs et savoir-faire</b>			
Perception des cultures <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caractéristiques organoleptiques</li> <li>• Caractère local/typique : Variété locale, productions emblématiques, notoriété</li> <li>• Caractère ancien : variété ancienne/historique, histoire</li> </ul>			
<b>Production</b>			
Approvisionnement en semences et en plants			
Plantation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Serre, abris</li> <li>• Travail du sol</li> <li>• Association de cultures</li> </ul>			
Entretien <ul style="list-style-type: none"> <li>• Désherbage, paillage, enherbement</li> <li>• Apport (Traitement, phytosanitaires, compost, engrais),</li> <li>• Gestion des nuisibles et des maladies</li> <li>• Irrigation</li> <li>• Outils, machines</li> </ul>			
Récolte (quantité, volume, méthode)			
Conservation			
<b>Commercialisation, distribution</b>			
Canal de distribution <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vente directe, circuit court</li> </ul> Approvisionnement des restaurants Clientèle <ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionnels : restaurants, intermédiaires, commerçants,</li> <li>• Particuliers</li> </ul>			
Consommation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réception par les consommateurs</li> <li>• Pratiques culinaires</li> <li>• Spécialités locales</li> </ul>			
<b>Sources des savoirs</b>			
<b>Défis et difficultés</b>			
Approvisionnement en semences et en plants <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réglementation sur les semences : inscription dans les catalogues officiels, contexte réglementaire</li> <li>• Disponibilité des semences et des plants</li> <li>• Difficultés à faire ses propres graines, manque de compétences</li> </ul>			
Production <ul style="list-style-type: none"> <li>• Irrigation et gestion de l'humidité</li> <li>• Enherbement</li> <li>• Emploi de phytosanitaires</li> <li>• Travail physique, manuel, difficile</li> <li>• Production bio réduite</li> </ul>			
Commercialisation, distribution <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurrence étrangère et infra-nationale</li> <li>• Pratique de l'achat-revente</li> <li>• Valorisation économique, commerciale <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bassin de production mineur avec un volume de production réduit</li> <li>○ Rentabilité, coût de production</li> </ul> </li> <li>• Approvisionnement des restaurants</li> </ul>			
<b>Acteurs et interrelations</b>			
Les acteurs en jeu : leur rôle, leur motivation, les dynamiques collectives			
Pépiniéristes, semenciers Maraîchers Distributeurs, logistique, commerçants Restaurateurs			

Associations (Slow Food, <i>Genussregion</i> Oberfranken) UNESCO Pouvoirs publics : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Collectivités locales, municipalités, <i>Land</i></li> <li>• Pays</li> <li>• Union Européenne</li> <li>• UNESCO</li> </ul> Conseil technique : Chambre d'agriculture, LWG, CIVAM			
Liens entre acteurs			
Lien maraîchage-restaurants			
Lien maraîchage-associations			
Lien maraîchage-pouvoirs publics			
Dynamiques collectives au-delà du cadre agricole : valorisation culturelle et territoriale			
Action collective passée et actuelle <ul style="list-style-type: none"> <li>• Label, IG, AOP, IGP</li> <li>• Fêtes, associations</li> <li>• Collectifs professionnels : restaurateurs, maraîchers</li> <li>• Stratégie de diversification : tourisme, accueil à la ferme</li> <li>• Des modèles (Pays basque, Cévennes, Aude, Corse, Catalogne, Roscoff)</li> </ul>			
Difficultés <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurrence interne et extérieure</li> <li>• Faible dynamique collective</li> <li>• Absence de protection, « faux » oignons de Toulouges</li> <li>• Flou et controverses sur le périmètre géographique</li> <li>• Difficultés de diversification</li> </ul>			

Une fois les entretiens codés, des extraits sont sélectionnés, analysés et intégrés aux résultats de la thèse (Dany, 2016). Il existe, sur ce point, plusieurs modes d'analyse des verbatims qui se focalisent alternativement sur la structure du discours, la sémantique, la syntaxe, le ton, les expressions stylistiques, les jugements émis par les locuteurs (Bardin, 1998 ; Dany, 2016). Je m'appuierai sur l'analyse dite « de l'expression » (*ibid.* ; Dany, 2016), qui s'intéresse à des « indicateurs formels : indicateurs lexicaux, stylistique, enchaînement logique, agencement séquentiel, structure narrative » (*ibid.*). L'intérêt sera porté au ton, au vocabulaire, aux figures de style, aux connecteurs logiques et à l'organisation du récit. Cette méthode se rapproche de celle employée dans un commentaire de texte en littérature : l'analyse du texte ne consiste pas à rechercher l'intention de l'auteur mais à prendre le texte en tant que tel et à en analyser le contenu sémantique, stylistique et logique. Dans cette perspective, le discours délivré durant les entretiens est conçu comme voué à être analysé sans que son contenu ne soit nécessairement ni intentionnel ni conscientisé par le locuteur. L'analyse ne se réduit pas, en outre, à des remarques sur la forme mais porte aussi sur le fond, sur le signifié. Elle met en perspective les propos tenus avec la situation d'énonciation, le profil et la trajectoire du locuteur et le contexte historique, social, politique ou économique (Dany, 2016). En mobilisant une analyse de l'expression, il ne s'agit, pas de faire primer la forme sur le fond mais d'approfondir la compréhension du fond du discours et d'approcher la signification accordée

à l'oignon recherchée par l'approche compréhensive (Dany, 2016 ; Bardin, 1998). Ainsi, ce sont le codage des entretiens et l'analyse de discours qui ont fait émerger l'hypothèse d'une signification économique, sociale, sensible et territoriale.

## **5.2 DU RECOURS À LA CARTOGRAPHIE**

Cette thèse intègre un travail de cartographie qui appuiera la contextualisation de l'objet et des terrains d'étude et la compréhension du sens donné aux écotypes locaux d'oignons.

Je prendrais peu de risque en disant que la plupart des étudiants en géographie ont déjà entendu cette citation : « La carte est plus intéressante que le territoire ». Tirée du roman de Michel Houellebecq, *La carte et le territoire* (Houellebecq, 2010), elle est le nom de l'exposition organisée par le narrateur pour qui « le contraste [entre une image satellite et une carte topographique est] frappant : alors que la photo satellite ne laissait apparaître qu'une soupe de verts plus ou moins uniformes parsemée de vagues taches bleues, la carte développait un fascinant lacs de départementales de routes pittoresques, de points de vue, de forêts, de lacs et de cols » (*ibid.*). Le narrateur juge esthétique l'image que donne la carte du territoire car la « carte n'est pas le territoire » (Korzybski, 2015). Elle en est une représentation qui varie en fonction de son auteur, de ses choix et de ses objectifs (Lambert & Zanin, 2016a).

Une carte désigne une « représentation géométrique plane, simplifiée et conventionnelle, orientée et réduite, de tout ou d'une partie de la surface terrestre et ceci dans un rapport de similitude convenable que l'on appelle échelle » (Joly, 1976) ; et la cartographie englobe l'étude et l'élaboration de ces cartes (Lambert & Zanin, 2016b).

Cet « objet fétiche » (Houssay-Holzschuch, 2008) de la géographie a deux principales fonctions. L'une est analytique : « les cartes servent à comprendre l'espace, les organisations physiques, humaines, etc. Elles permettent de représenter spatialement l'information, de la visualiser et de l'analyser » (Lambert & Zanin, 2016). Elles suscitent des questionnements et mettent à l'épreuve les hypothèses de recherche. L'autre est communicationnelle et pédagogique : la carte est un outil de médiation. Elle permet l'expression d'une idée et suscite la discussion. Elle est un « intermédiaire qui facilite le dialogue et l'explicitation des points de vue » (Bazile, 2014). Depuis les années 1950, la géographie prend du recul sur la sémiologie graphique, le rendu visuel et la réception par le lecteur afin de rendre le plus visible possible ce qui doit l'être et captiver l'observateur (Houssay-Holzschuch, 2008).

Ce sont ces dimensions analytiques, pédagogiques et communicationnelles qui m'ont poussée à donner une place importante à la cartographie dans cette thèse. Si le narrateur de Houellebecq insiste surtout sur la seconde, ce sont bien les deux qui sont pertinentes ici.

Quatre types de représentations cartographiques ont, en particulier, été réalisés :

- La cartographie des bassins et micro-bassins de production,
- La modélisation des circuits de production d'une exploitation,
- Une cartographie des toponymes cités dans les entretiens,
- Les Zonages À Dires d'Acteurs (ZADA).

Ces méthodes mêlent qualitatif et quantitatif permettent de questionner ce qui est au cœur de la problématique de la thèse, à savoir : la signification accordée à l'oignon et aux écotypes locaux.

### **5.2.1 Cartographier l'espace de production**

Deux premiers types de cartes viseront à représenter la production d'oignons sur les terrains d'étude, c'est-à-dire les acteurs qu'elle mobilise et comment elle s'organise dans l'espace.

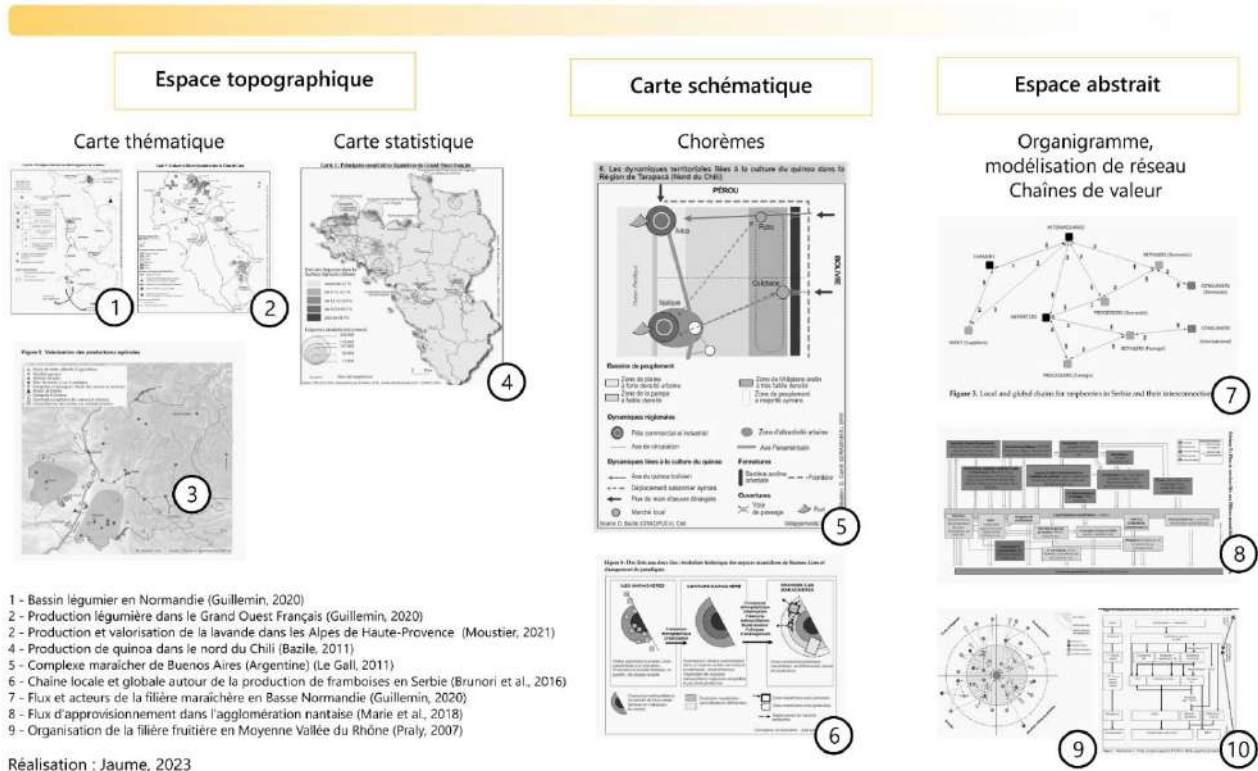
Les cartes donnant à voir une production agricole et alimentaire présentent des formes multiples, en géographie. Une revue des réalisations permet de mesurer les possibilités et de définir la solution qui sera choisie ici. Il est possible de regrouper ces cartes en trois types suivant leur degré de généralisation (Lambert & Zanin, 2016a).

Des cartes s'appuient, tout d'abord, sur un fond de carte topographique, doté de coordonnées géographiques. Elles intègrent alors fréquemment :

- Des statistiques comme la part de la SAU consacrée à une production et le volume produit sur un périmètre ou par un acteur (Guillemin, 2020),
- Des données qualitatives : périmètre d'AOP, aire de production, siège de structures (coopératives), sites de commercialisation, etc.

Figure 15 Représentations du bassin de production

Représentation du bassin de production, de la carte à l'organigramme. Un degré variable d'abstraction



Ces représentations ont une fonction descriptive et analytique : elles permettent de contextualiser la zone d'étude et soulignent des éléments qui apparaîtront dans l'analyse. C'est l'objet de la carte de Guillemin (2020) à propos du bassin de production légumier en Normandie (cf. Figure 15) : les informations qui sont indiquées telles que les acteurs et les infrastructures servent à présenter la zone étudiée et à appuyer l'analyse qui sera faite ensuite.

Le second mode de représentation des espaces de production agricoles résulte d'un premier effort d'abstraction et consiste en une carte schématique. Le Gall (2011) et Bazile (2011) ont utilisé la méthode des chorèmes pour présenter la production maraîchère de Buenos Aires et celle de quinoa au nord du Chili. Cette schématisation répond à un enjeu esthétique et analytique : elle renforce la lisibilité et le rendu visuel de la carte et appuie la démonstration du chercheur (Lambert & Zanin, 2016a).

Le troisième mode de représentation des productions agricoles et alimentaires identifié dans la littérature se veut abstrait. Le système de coordonnées est non pas géographique mais euclidien ou cartésien (Lambert & Zanin, 2016c). La carte consiste en la modélisation du réseau d'acteurs qui se déploie autour d'une production. Ce qui peut s'apparenter à un

organigramme (Rastoin & Gherzi, 2010) ou à un « sociogramme » (Compagnone, 2014) est employé en géographie, en sociologie et en économie. Il s'agit de donner à voir les acteurs impliqués, leurs interrelations ou les flux matériels ou monétaires au sein de la production (Rastoin & Gherzi, 2010).

Ces représentations sont un moyen de contextualiser et d'analyser une production agricole et alimentaire. Elles présentent cependant chacune des inconvénients. Les composantes d'un organigramme et d'un sociogramme ne sont pas spatialisées. Une carte statistique implique des données quantitatives. Il peut être ardu de localiser sur une carte de localisation des acteurs extra-locaux ou implantés en plusieurs endroits.

Cette revue montre que la cartographie de productions agricoles et alimentaires prend des formes multiples. L'examen de leurs atouts et de leurs inconvénients amène à proposer deux manières de représenter la production d'écotypes locaux :

- L'une consiste à localiser les acteurs des bassins de production maraîchers et des micro-bassins des écotypes. Elle reprend la grille de Sarrazin et localise à l'échelle de Bamberg et des Pyrénées-Orientales les acteurs en présence. L'objectif est avant tout descriptif, comme l'est, pour Sarrazin, la notion de bassin de production (BP) (cf. Chapitre 3, 1.1.2).
- L'autre type de carte s'appuie sur le cas d'un producteur d'écotypes locaux et localise les acteurs avec lequel il est en relation dans le cadre de cette production. Cela revient à retracer le chemin parcouru par l'oignon de Toulouges et de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*, de l'acquisition des semences à la commercialisation du produit fini (cf. Figure 50 et Figure 51).

Parmi les options de représentations des productions agricoles présentées dans la partie précédente, j'ai, par conséquent, opté pour un compromis entre la première et la deuxième option. Les acteurs sont localisés sur une carte topographique mais des éléments figuratifs, dépourvus de coordonnées géographiques sont ajoutés et notamment des liens entre acteurs.

### **5.2.2 Zonage À Dires à d'Acteurs**

Une autre méthode cartographique mobilisée dans la thèse est celle du « Zonage À Dires d'Acteurs » (ZADA) développée dans les années 1990 au Brésil. En 1990, des chercheurs de l'EMBRAPA (Société brésilienne de recherche agricole) et du Centre de coopération

internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD) et deux organisations gouvernementales brésiliennes et françaises mènent une recherche-action<sup>27</sup> dans le municiple de Juazeiro au Brésil. Leur objectif est d'élaborer de façon participative un schéma de développement pour le municiple et de produire des connaissances. Ils créent un forum d'échanges rassemblant les acteurs institutionnels, agricoles, économiques et civils et développent, dans ce cadre, le Zonage À Dires d'Acteurs (ZADA) (Santana *et al.*, 1994). La méthode rencontre un certain écho en géographie où elle est, notamment, reprise par la géoagronomie (Benoit *et al.*, 2006) et par Medhi Saqalli, géographe au CNRS.

Le ZADA vise à cerner la manière dont des acteurs se représentent un espace et à confronter les points de vue. Pour ce faire, un panel est invité à répondre à des questions non par des mots mais en dessinant sur une carte. Le chercheur va ensuite « traduire [ses dessins] en une nouvelle représentation cartographique » et s'en servir d'« instrument de dialogue » (Amira *et al.*, 2015). Le ZADA est fréquemment utilisé dans le cadre de démarches participatives et de recherche-action.

La méthode se rattache à un courant spécifique de la cartographie, dite « cognitive », « mentale » (Brunet, 1987 ; Downs & Stea, 2011) ou « des représentations » (Arnaud, 2020). Ce champ de recherche interdisciplinaire recouvre une diversité d'approches entre démarches quantitatives et qualitatives, se concentrant sur les représentations de groupes ou d'individus (Dernat *et al.*, 2017 ; Arnaud, 2020). L'objectif reste toutefois le même : « reflét[er] une réalité subjective de l'espace, c'est-à-dire la façon dont un individu se représente une portion de l'espace » (Gueben-Venière, 2011).

Les premiers ZADA s'attachent à comprendre la représentation qu'ont les acteurs de l'organisation territoriale et agricole d'un espace défini. Les enquêtés doivent, pour ce faire, tracer des zones qu'ils considèrent comme similaires, homogènes ou ayant connu une évolution semblable depuis une certaine période (Trimech & Lardon, 2020). Ces zones sont qualifiées d'« Unité Spatiale Homogène » (Caron, 2000). Dans les travaux récents, les thématiques abordées dans les ZADA s'élargissent : il peut s'agir de délimiter des zones de nuisance (Saqalli *et al.*, 2013) et de risques environnementaux (Saqalli *et al.*, 2021) ou de situer les lieux où l'on s'approvisionne en nourriture (Trimech & Lardon, 2021).

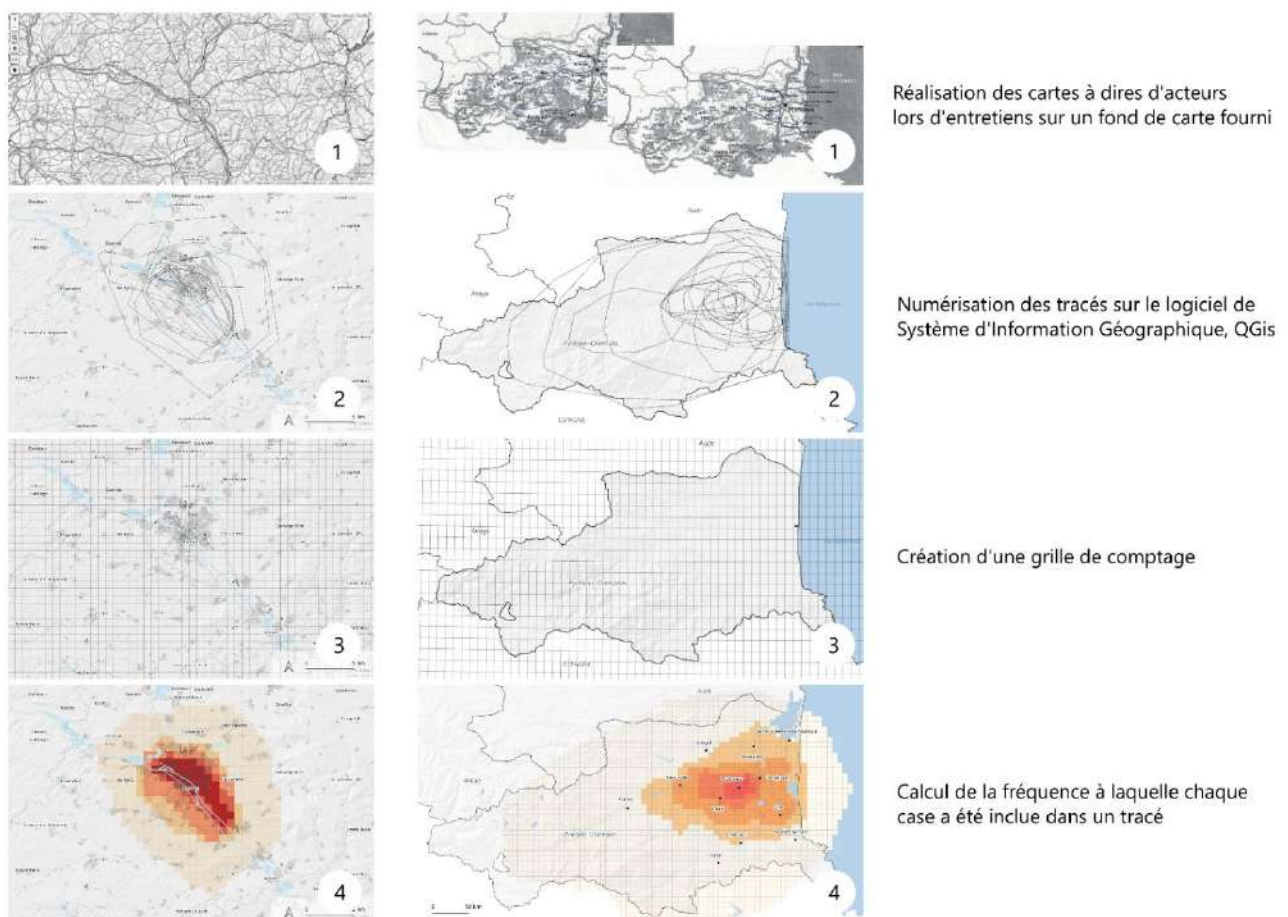
---

<sup>27</sup> La recherche-action est une « démarche d'accompagnement [visant] la transformation du monde social, et ses méthodes consistent à produire de la connaissance par interactions d'acteurs (acteurs locaux entre eux et acteurs locaux/chercheurs) » (Robert & Gangneron, 2015)

La méthode a été expérimentée en France (Benoit *et al.*, 2004 ; Lardon *et al.*, 2019 ; Trimech & Lardon, 2021) et dans plusieurs pays des Suds : en Tunisie (Clouet, 1998 ; Tounsi *et al.*, 2008 ; Saqalli *et al.*, 2013), au Sénégal (Saqalli *et al.*, 2021), au Brésil (Bonin *et al.*, 2001 ; Caron, 1999 ; Caron, 2000), en Équateur (Mejean *et al.*, 2018), en Afrique du Sud (Lhopitallier & Caron, 1999), au Laos (Saqalli *et al.*, 2015), en Palestine (Caron, 1997), en Polynésie française (Clouet & Baron, 1998). Les études concernent généralement des espaces ruraux et agricoles et sont menés à des échelles multiples, d'une collectivité à une région agricole et ce, sur un périmètre plus ou moins vaste.

Cette méthode s'avère pertinente pour appréhender la production d'écotypes locaux autrement qu'en localisant les composantes du micro-bassin et les acteurs qui y participent. La réalisation des ZADA consiste en six étapes.

Figure 16 Procédé suivi pour la réalisation des Zonages à dire d'acteurs



Source du fond de carte utilisé durant les entretiens : Geoatlas, OpenStreepMap  
Réalisation : Jaume, 2022



*Élaboration de la problématique.* Au départ, une problématique justifiant de l'utilisation des cartes à dire d'acteurs est choisie. Dans notre cas, il s'agit de comprendre la manière dont les interrogés se représentent l'aire de production des écotypes locaux.

*Choix des questions.* À partir de cette problématique, la consigne qui sera donnée aux enquêtés est élaborée. Elle se veut la plus ouverte et neutre possible (Benoit *et al.*, 2004). Je demandais donc aux interrogés de tracer le périmètre qui est, d'après eux, celui de l'aire de production de l'oignon de Toulouges ou de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Suivant les circonstances, des questions proches pouvaient être posées : où devrait être produit cet oignon pour être jugé « authentique » ? Si une indication géographique venait à être créée, quel en serait le périmètre ? Je pouvais, en outre, demander à l'interrogé de décrire son tracé et de préciser des éléments : cette aire a-t-elle évolué ? Qu'est ce qui diffère avec les espaces qui ne sont pas inclus dans le périmètre ? L'utilisation de l'expression, « d'après vous » ou « selon vous » est récurrente pour que l'interrogé ait conscience que ce sont moins des vérités absolues qui sont recherchées que sa propre perception de la situation.

*Sélection du fond de carte.* Ce dernier indique le relief, le réseau hydrographique, les principales villes et routes : il permet de se repérer facilement sans être trop précis pour ne pas influencer le tracé. Son étendue est définie suite à des lectures bibliographiques et à « l'observation des paysages et des activités humaines » (Caron & Sabourin, 2001). Dans les Pyrénées-Orientales, le fond de carte est de la taille du département et indique le relief, le réseau hydrographique et les principales villes et routes (cf. Figure 21). Concernant Bamberg, le choix de l'échelle fut plus ardu du fait de l'absence de « reconnaissance [préalable] de la région par observation des paysages et des activités humaines » (Caron, 1999). À la différence, des Pyrénées-Orientales, il était difficile de sélectionner *a priori* un cadre administratif de référence et d'opter pour une carte du *Landkreis* de Bamberg, du *Regierungsbezirk* de Haute-Franconie ou du Land de Bavière. Le fond ne présente donc pas de limites administratives et est extrait d'OpenStreetMap. Il correspond à un espace s'étendant sur environ 120 km du nord au sud et d'est en ouest et centré sur Bamberg. Le relief, les cours d'eau et les principales villes sont indiquées : Bamberg est au centre, Nuremberg au sud, Cobourg au nord et Wurtzbourg et Kitzingen à l'ouest. Une fois choisis, les deux fonds sont imprimés en noir et blanc pour des raisons pratiques mais aussi pour rendre plus visibles les tracés (Arnaud, 2020).

*Réalisation des ZADA.* Les ZADA sont réalisés pendant des entretiens collectifs ou individuels, généralement à la fin de l'échange afin de « ne pas couper la richesse du propos oral »

(Arnaud, 2020) ni d'influencer le discours global. Le fond, son étendue et ce qui y figure est présenté à l'interrogé qui délimite ensuite la zone demandée. Les propos de l'interrogé durant la réalisation de ce dessin sont enregistrés et sont analysés, à l'instar des dessins. 45 et 17 interrogés ont réalisé un ZADA respectivement dans les Pyrénées-Orientales et dans la région de Bamberg. Les circonstances de certains entretiens, notamment ceux par téléphone, ont empêché la réalisation de cartes : j'inclus, toutefois, l'ensemble des personnes rencontrées dans l'analyse des ZADA dans la mesure où leurs représentations, quand bien même elles n'apparaîtront pas formellement dans les cartes de synthèse, ont été abordées lors des entretiens et constituent une base de travail. J'ai été confrontée à un problème spécifique dans la région de Bamberg : des enquêtés, notamment ceux extérieurs au cadre agricole, qui n'étaient pas originaires de Bamberg ou qui n'y habitaient pas, ne connaissaient pas la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Seules les personnes la connaissant ont donc réalisé une carte.

*Traitement des données.* L'analyse des tracés se fait grâce à une grille de comptage, suivant une procédure fréquemment adoptée par les chercheurs (Fauteux, 1977). Les dessins sont numérisés et retracés sur le logiciel de Système d'Information Géographique (SIG), QGis, sous forme de couches vectorielles. Des informations concernant les auteurs des dessins sont entrées dans la table attributaire des couches : leur nom, leur activité professionnelle, la localisation de cette dernière, leur insertion ou non dans la filière de la variété locale d'oignons, leur origine géographique et sociale. Une grille de pixels est créée. Le logiciel de SIG compte le nombre de couches qui apparaissent au-dessus de chaque case et colorent ces dernières selon le nombre obtenu, avec une gamme de couleurs dégradées. La taille des pixels doit être soigneusement choisie car ils ne doivent être ni trop petits, ni trop grands car il faut tenir compte de l'imprécision des tracés (Rolland-May, 1987) et, en même temps, conserver des détails et rendre possible un traitement statistique. Dans le cas des Pyrénées-Orientales et de Bamberg, ils correspondent à des carrés de respectivement 1,5 et 0,8 kilomètres de côté.

*Analyse des résultats.* Cette étape consiste à comparer les cartes en identifiant les zones très fréquemment retenues, celles qui ne le sont pas et les contradictions entre les tracés (Caron, 2000) afin de voir si les écotypes sont associés à un « territoire » strictement délimité et collectivement reconnu. Plus spécifiquement, les ZADA réalisés durant la thèse sont analysés en deux temps. L'attention est, tout d'abord, portée sur la carte de synthèse qui regroupe

l'ensemble des tracés. Je montre, dans ce cas, que les cartes réalisées dans la région de Bamberg sont relativement similaires tandis que celles réalisées dans les Pyrénées-Orientales sont très contrastées : l'étendue du périmètre et la signification accordée au produit varient sensiblement.

Ensuite, afin de comprendre des différences ou des similarités dans les tracés, les ZADA sont analysés au regard de la trajectoire et le profil socio-professionnel de ceux qui les ont réalisés. Quatre variables sociales et spatiales sont convoquées :

- L'origine agricole ou non agricole. Cela consiste à comparer les cartes des personnes nées ou non de parents agriculteurs. Des chercheurs ont montré le lien entre cette origine agricole et la perception du métier d'agriculteur (Bessière, 2003 ; Candau *et al.*, 2017), mais qu'en est-il de la perception des produits et, en l'occurrence, d'une variété locale ?
- L'origine géographique, ce qui revient à comparer les cartes réalisées par des personnes originaires du terrain d'étude de celles réalisées par des personnes qui y sont arrivées au cours de leur vie. Le fait d'être originaire du terrain d'étude peut favoriser la connaissance initiale de la variété locale et donner lieu à une définition plus précise ou plus restrictive de l'aire de production de l'oignon de Toulouges. Il s'agira de vérifier cette affirmation.
- L'implantation actuelle de l'activité professionnelle de l'enquêté et la distance qui la sépare de Toulouges. Y a-t-il une différence de tracés entre les enquêtés implantés à proximité de Toulouges ou de Bamberg et ceux qui en sont éloignés ?
- La participation ou non à la filière de l'oignon de Toulouges. Il s'agit de voir ce qui se joue plus précisément au sein de la filière de l'oignon de Toulouges en termes de représentations de l'espace. En effet, si nous avons souligné jusque-là le caractère contrasté des représentations, cela pourrait s'expliquer par le choix du panel qui se compose des producteurs participant à la production d'oignons, quelle qu'en soit la variété. Tous ne sont pas impliqués dans la culture de celui de Toulouges et ont potentiellement des connaissances limitées à son sujet. C'est pour apporter un nouvel éclairage que nous nous focaliserons désormais sur les parties prenantes de cette filière. Si leurs représentations spatiales sont similaires et consensuelles, elles seront considérées comme sociales voire collectives et cela avaliserait l'hypothèse initiale selon laquelle les représentations spatiales participent à la construction sociale du

bassin de production. L'échantillon se compose donc uniquement des acteurs professionnels qui prennent part à cette production : ceux qui produisent une variété locale ou de sa semence, le distribuent ou l'utilisent pour la restauration.

Ces quatre variables ont comme point commun d'être des composantes de la trajectoire socio-professionnelle des individus : elles permettent de considérer dans quelle mesure les logiques socio-spatiales influent diversement sur la représentation de l'aire de production des écotypes. Elles peuvent influencer sur la représentation d'un écotype local et ce, d'autant plus si son aire de production n'est pas définie autrement que de manière orale et informelle. Les deux variables interrogent l'effet de la socialisation primaire sur la signification donnée aux écotypes. Les deux suivantes permettent de considérer l'ensemble de la trajectoire socio-professionnelle de l'acteur et évitent de n'étudier que l'influence d'une origine dont l'acteur n'est que peu responsable.

Au vu de leur nombre, la représentativité des cartes peut sembler limitée mais la production d'écotypes locaux étant relativement réduite, le nombre d'acteurs l'est logiquement également. De plus, la démarche se veut plus qualitative et compréhensive que quantitative. Les Zonages à dire d'acteurs sont réalisés dans le cadre non pas de questionnaires mais d'entretiens compréhensifs. L'examen des cartes est associé à une analyse des entretiens, ce qui favorise l'identification de régularités et l'accession à une situation de « saturation » qui valide les résultats formulés (Charmillot & Dayer, 2007).

Le recours aux ZADA dans ma thèse a fait l'objet d'une communication lors des journées Cartotête à Gênes en octobre 2021 et d'un article dans un numéro thématique sur « La dimension sociale des représentations spatiales » de la Revue Regards Sociologiques. Cet article publié en janvier 2023 portait spécifiquement sur l'oignon de Toulouges et sur 28 cartes. Les ZADA faits ultérieurement dans les Pyrénées-Orientales et ceux faits dans la région de Bamberg ont été le moyen de confirmer et d'affiner les résultats présentés dans l'article.

### **5.2.3 Cartographie des toponymes**

La deuxième méthode consiste à cartographier les toponymes cités dans les entretiens. Je me suis, en effet, aperçue, durant les entretiens, que certains toponymes étaient très régulièrement cités par les interrogés. Les toponymes correspondent, d'après le Groupe d'experts des Nations Unies sur la normalisation des noms de lieux géographiques, à une « expression traditionnellement employée pour désigner tout terme désignant un espace »

(Dorion & Poirier, 1975). L'analyse de leur place dans les entretiens pourrait témoigner du sens donné par les acteurs à l'espace et, plus spécifiquement, à la production d'oignons.

Pour les présenter plus précisément, les toponymes renvoient à :

- Des éléments « ponctuels » tels que des places, des sièges d'institutions, des monuments,
- Des éléments « linéaires » tels que des routes et des cours d'eau,
- Des éléments « zonaux » tels que des quartiers, des villes, des départements, des massifs de montagne (Troin, 2016).

Ils sont dits « génériques » s'ils désignent un élément géographique général et « spécifiques » si cet élément est isolé par un nom propre. La mer, la montagne et la rivière, la région sont génériques tandis que Bamberg, l'Allemagne et les Pyrénées-Orientales sont spécifiques. Outre leur intérêt pratique dans la localisation des lieux, ils présentent une dimension sociale, symbolique, identitaire et politique (Houssay-Holzschuch, 2008 ; Aigouy-Campoy *et al.*, 2019).

Les noms de lieux et localités sont le sujet central de la toponymie, une branche de la linguistique. Ils sont également étudiés par la géographie (Atoui, 1996 ; Monmonier, 2006 ; Adam, 2008 ; Houssay-Holzschuch, 2008 ; Troin, 2016 ; Aigouy-Campoy *et al.*, 2019) dans la mesure où ils témoignent d'un rapport à l'espace et qu'ils sont omniprésents sur les cartes (Monmonier, 2006 ; Adam, 2008).

Les toponymes sont reconnus par les chercheurs comme étant la marque d'une signification sensible accordée à un lieu : « l'acte de nommer [...] concrétis[e] une intention, une perception, une émotion..., crée le toponyme [...] qui active l'imagination » (Adam, 2008 : 28). L'usage de toponymes rend manifeste la signification accordée par chaque individu à des lieux et à des espaces : « notre cartographie intime est constituée de tous les noms de lieux qu'on y a mis. Certains portent une charge affective, éveillent la sensibilité » (*ibid.* : 33) et suscitent souvenirs, joie ou tristesse. Les discours sont empreints de noms de lieux, qui rappelle à un individu son origine, son lieu d'habitation, les lieux fréquentés au quotidien ou ses destinations de vacances.

Le sens révélé par un toponyme peut avoir une dimension collective. Le simple nom de certains lieux suffit à susciter des souvenirs témoignant de « représentations partagées, diffusées collectivement, modelées par les images des médias, les aléas de l'actualité, la

rumeur des catastrophes naturelles et des coups d'état, des faits divers et des fictions cinématographiques, la littérature ou les images d'Épinal des agences de voyage. [...] Des villes comme New York, Vienne, Berlin, Rome ne sont pas de simples toponymes géographiques, mais des condensés d'histoire et de culture où se mêlent les fils de la mémoire collective comme de la genèse de notre modernité. » (Jacob, 1992 : 304-305). De même que Hawaï, Waikiki (Coëffé, 2010), Oléron et Bali (Knafou, 2012) sont connus dans les imaginaires pour leurs plages, Tchernobyl, Hiroshima et Fukushima le sont eux pour leur catastrophe nucléaire (Adam, 2008).

Les toponymes sont ainsi un révélateur du sens accordé à l'espace par les acteurs, individuels et collectifs. Etant donné leur mention récurrente durant les entretiens, il m'a paru intéressant de considérer ces toponymes comme un matériau mobilisable pour comprendre le sens donné à la production d'oignon.

Je m'inspire de la méthode proposée par Florence Troin (2016) qui s'intéresse aux lieux et espaces mentionnés dans deux romans policiers dont l'action se situe à Marseille : la trilogie de *Fabio Montale* de J.-C. Izzo et *L'Ombre du vent* de C.R. Zafón. À partir d'un relevé de toponymes, Florence Troin crée plusieurs cartes pour donner à voir une « géographie sensible et poétique » (*ibid.*) de Marseille (cf. Figure 17, Figure 18 et Figure 19).

Figure 17 Relevé de toponymes de l'agglomération marseillaise dans le roman *Chourmo* (source : Troin, 2016)

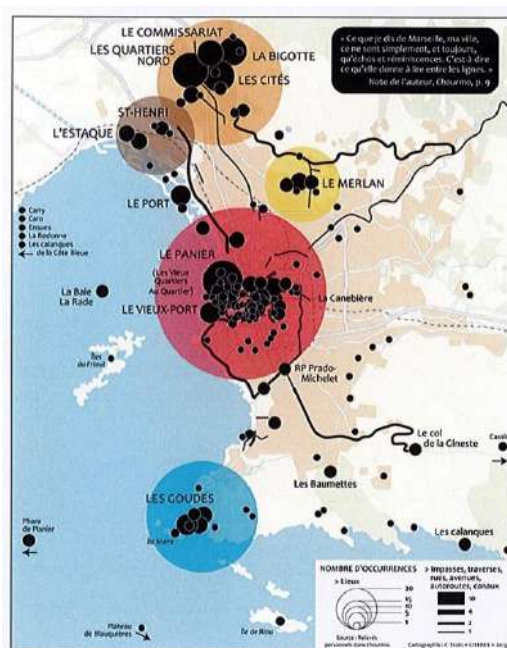


Figure 18 Relevé de toponymes de l'agglomération barcelonaise dans le roman *L'Ombre du vent* (source : Troin, 2016)

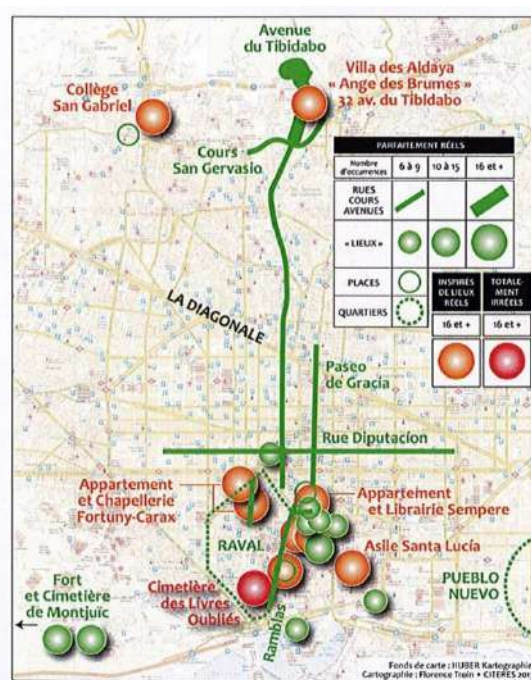


Figure 19 Relevé de toponymes à l'échelle de l'Espagne et du monde dans le roman *L'Ombre du vent* (source : Troin, 2016)

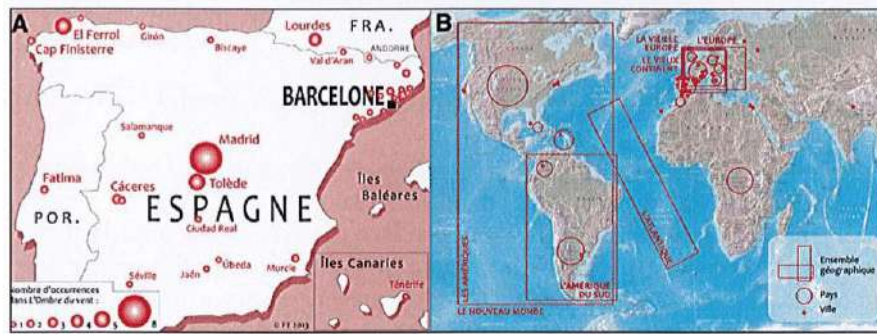


Figure 20 Procédé suivi pour réaliser la cartographie des toponymes

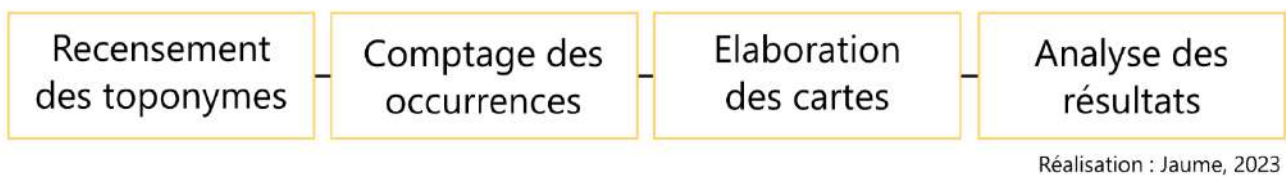
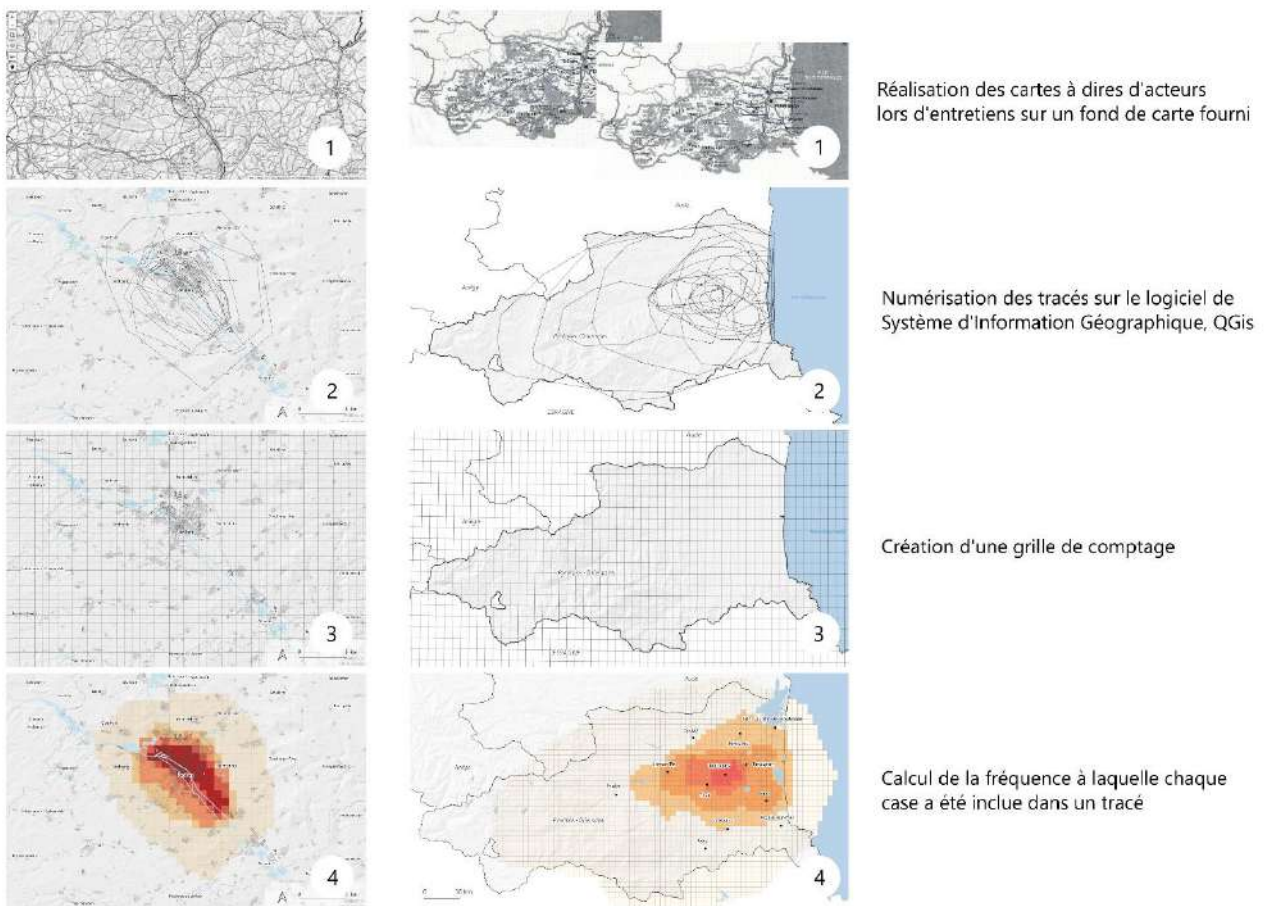


Figure 21 Méthode de réalisation des ZADA



Source du fond de carte utilisé durant les entretiens : GeoAtlas, OpenStreepMap  
Réalisation : Jaume, 2022



### 5.2.3.1 Mise à l'épreuve de la méthode

Le relevé des toponymes a été effectué sur 66 entretiens retranscrits dans leur intégralité : 46 dans les Pyrénées-Orientales et 20 dans la région de Bamberg. L'absence d'enregistrements a empêché l'utilisation de certains entretiens. Aussi, cette thèse n'étant pas, en tant que telle, une étude toponymique, il est apparu plus pertinent de se focaliser sur les toponymes « spécifiques » tels que les noms de villes, de pays ou de rues.

Pour minimiser mon influence sur les discours et laisser libre l'interrogé d'évoquer les espaces et lieux de son choix, je ne mentionnais quasiment aucun toponyme dans mes interventions qui, *a fortiori*, se voulaient les plus rares possibles. Je demandais, par exemple, quelle était la situation du maraîchage « local », « dans le secteur », ou « ici ». L'interrogé évoquait alors soit sa commune, soit des secteurs comme la plaine du Roussillon ou le Conflent, soit les Pyrénées-Orientales.

Une fois les entretiens réalisés, les toponymes cités dans les entretiens sont recensés. Je compte le nombre d'occurrences et le nombre d'entretiens dans lequel le terme apparaît. Les toponymes présents dans mes interventions sont exclus : seuls les propos des enquêtés sont pris en compte.

Si le relevé paraissait aisé de prime abord, il n'a pas été cependant sans poser des difficultés. Un traitement manuel des entretiens a donc été nécessaire pour « désambiguïser » le propos (Flamein & Eshkol-Taravella, 2021).

Des entités font l'objet d'abréviations ou de diminutifs. Ille-sur-Têt est désigné par « Ille », « St-Cyp » par St-Cyprien, Pyrénées-Orientales par « P.-O. » ou par « le département ». « St-Laurent » peut désigner St-Laurent-de-Cerdans et St-Laurent-de-la-Salanque. De même, la retranscription des toponymes allemands n'était pas toujours aisée s'ils n'étaient pas connus.

Le comptage a posé un certain nombre de questions et a impliqué des choix qu'il convient de justifier. Faut-il prendre en compte les toponymes présents dans les noms de variétés et dans les institutions politiques telles que Perpignan Méditerranée Métropole ou FranceAgriMer ? Faut-il inclure les adjectifs dérivés de ces toponymes ? Par exemple, aucun adjectif dérivé des Pyrénées-Orientales et de Toulouges n'a été mentionné, ce qui était le cas pour Bamberg. Les enquêtés citaient régulièrement les *Bamberger Gemüse* (légumes bambergeois) et *Bamberger Gärtner* (horticulteurs bambergeois), reprenant l'adjectif dérivé du nom de la ville. Au vu de la fréquence de citation de ces termes, leur prise en compte ou

non change la physionomie des résultats. Il importe, dans ces conditions, de faire des choix. Pour signaler la place de Bamberg et de Toulouges dans les discours, l'adjectif *Bamberger* est intégré au comptage. Les toponymes associés à des institutions et à des variétés de fruits et de légumes ont été pris en compte.

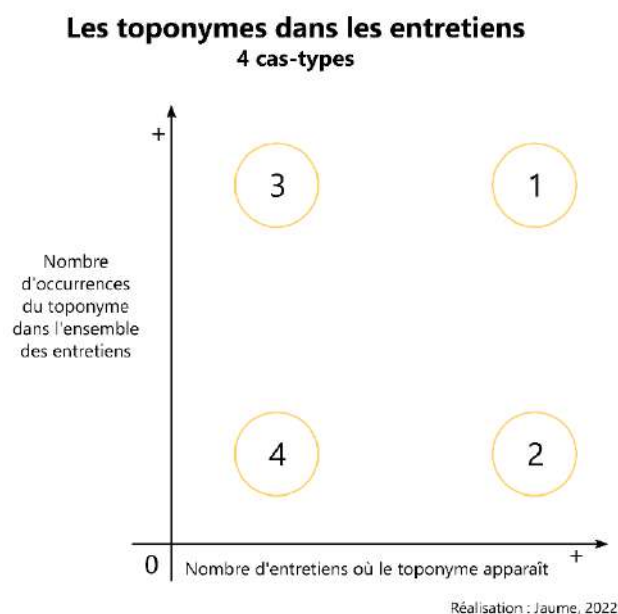
Quand le nombre total d'occurrences et le nombre d'entretiens où le terme apparaît sont définis, deux indicateurs sont calculés :

- La part des entretiens dans lesquels le toponyme est mentionné,
- Le nombre moyen d'occurrences dans les entretiens où le toponyme apparaît.

Avec ces indicateurs, il est possible de distinguer quatre cas-types (cf. Figure 22) :

- Cas n°1 : lorsqu'un toponyme apparaît dans un grand nombre d'entretiens et fait l'objet d'un grand nombre d'occurrences. Cela concerne, par exemple, Bamberg et Toulouges.
- Cas n°2 : lorsqu'un toponyme apparaît dans un grand nombre d'entretiens mais fait l'objet d'une faible occurrence dans chacun. C'est le cas, par exemple, de Toulouse, de Paris et des Cévennes dans les Pyrénées-Orientales et de la Moyenne-Franconie dans la région de Bamberg. La mention de ces noms par de nombreux enquêtés suggère l'importance que les enquêtés leur accordent.
- Cas n°3 : lorsqu'un toponyme fait l'objet d'un grand nombre d'occurrences mais apparaît dans un nombre réduit d'entretiens. Le toponyme désigne alors un lieu ayant joué ou jouant pour l'enquêté : une jeunesse passée en Normandie, la présence sur le marché de Collioure ou de Vernet-les-Bains, la tenue d'un restaurant à Maury, une vie familiale ancrée dans le *Landkreis* de Forchheim amènent à se référer à des espaces spécifiques qui ne seront pas nécessairement cités par les autres enquêtés.
- Cas n°4 : lorsqu'un toponyme fait l'objet d'un faible nombre d'occurrences et apparaît dans un faible nombre d'entretiens. Il s'agit fréquemment de noms de communes

Figure 22 4 cas-types de toponymes relevés dans les entretiens



L'analyse du corpus montre l'hétérogénéité des toponymes cités. C'est pour structurer le relevé et approfondir l'analyse que deux tris ont été effectués : l'un par type d'espace et l'autre par échelle.

### 5.2.3.2 Typologie de cinq toponymes

Les toponymes sont, en premier lieu, classés suivant le type d'espaces auxquels ils renvoient. Cette typologie est inspirée de celle proposée par Hélène Flamein et Iris Eshkol-Taravella (2021). Y sont distingués les villes, les régions, les pays, les espaces supranationaux, les voies, les monuments, les lieux commerciaux, les lieux administratifs, les lieux éducatifs et les entités naturelles comme les fleuves et les forêts. Les catégories ont été remodelées et leur nombre a été réduit à cinq. Sont ainsi distingués les noms renvoyant à :

- Une commune ou *Gemeinde* dont la très régulière mention a conduit à en faire une catégorie spécifique,
- Un pays,
- Un territoire politique autre qu'une commune et qu'un pays. Si le terme de « collectivité locale » avait été choisi initialement pour désigner ces périmètres institutionnels infra-nationaux, celui de « territoire politique » lui a été finalement préféré. Il présente l'intérêt d'être plus large et de ne pas être propre au contexte français,

- Un lieu-dit. Cette catégorie composite englobe les entités micro-locales que sont les routes, les rues, les hameaux, les places, les monuments et les quartiers,
- Une région ou lieu culturel et/ou biophysique, c'est-à-dire un lieu ou espace doté d'une signification culturelle, historique et/ou biophysiques. Il s'agit d'anciens territoires politiques, de périmètres non institutionnels mais mentionnés par les acteurs ou d'entités naturelles tels que des forêts, des vallées ou des massifs de montagnes. C'est le cas de la Franconie qui correspond aux districts de Haute, Moyenne et Basse Franconie sans renvoyer à une entité politique à proprement parler. Le Conflent et le Vallespir sont, eux, deux anciennes provinces qui n'ont plus de signification politique aujourd'hui. Le choix de cet intitulé est motivé par son usage en France comme en Allemagne et par sa polysémie. Outre-Rhin, la région renvoie à « une unité géographique et spatiale de taille moyenne, c'est-à-dire en dessous du niveau national et au-dessus du niveau communal/local » (Hock, 2005) »<sup>28</sup>. Sa taille varie d'un ou plusieurs *Länder* à quelques kilomètres carrés. En français, la région, bien qu'elle tende à être remplacée par le « territoire », rencontre aussi un fort écho (Fremont, 1980) et a des similarités avec le terme allemand : toutes deux sont polysémiques et correspondent à des entités de taille variable et suscitant un sentiment d'appartenance.

Le tableau qui suit précise cette typologie et l'illustre par des exemples (cf. Tableau 12).

Tableau 12 Classification des toponymes

Catégories	Composantes	Région de Bamberg	Pyénées-Orientales
Commune	Commune <i>Gemeinde</i>	Perpignan Toulouges Vinça	Göttingen Bamberg Bayreuth
Pays	Pays		
Territoire politique (hors commune et pays)	Pays Région Département Intercommunalité	Maroc France Occitanie Aude	Pays-Bas Bavière <i>Mittelfranken</i> (Moyenne-Franconie)

<sup>28</sup> Texte original : « Eine geografisch-räumliche Einheit mittlerer Größe, das heißt unterhalb der nationalen und oberhalb der kommunalen/lokalen Ebene » (Hock, 2005)

	<i>Land</i> <i>Regierungsbezirk</i> (District) <i>Landkreis</i>	Vaucluse	<i>Landkreis</i> de Forchheim
Région et lieu culturel et/ou physique	Massif de montagne Vallée, bassin hydrographique Continent Région historique et culturelle	Afrique Vallée de la Têt Plaine du Roussillon Conflent Canigou Pays Basque Provence	<i>Fränkischer Jura</i> (Jura de Franconie) Europe centrale <i>Knoblauchsland</i> (zone maraîchère à proximité de Nuremberg)
Quartier et lieu-dit	Quartier Hameaux Places Routes et rues Lieu-dit Monument Siège d'institutions	Place de la République (Perpignan) Marché de gros de St-Charles (Perpignan) Hameau de Marcevol (Arboussols)	<i>Galgenfuhr</i> (quartier au sud de Bamberg) <i>Gärtnerstadt</i> (quartier des maraîchers à Bamberg) <i>Grünermarkt</i> (place du marché à Bamberg) <i>Mittelstraße</i> (rue à Bamberg)

### 5.2.3.3 Différenciation par échelle et réalisation de cartes de synthèse

Les toponymes sont ensuite différenciés suivant l'échelle à laquelle renvoient les espaces désignés. Trois échelles sont identifiées :

- L'échelle micro-locale, d'une ville ou d'une localité : à Bamberg, cela correspond, par exemple, aux quartiers et aux rues de la Gärtnerstadt,
- L'échelle locale, des Pyrénées-Orientales ou de la région de Bamberg et de la Franconie,
- Une échelle supra-locale, régionale à mondiale.

Ce tri par échelle est un préalable à la réalisation des cartes de synthèse. Il est nécessaire, en effet, de réaliser plusieurs cartes pour rendre visible la diversité des toponymes cités et

garantir la lisibilité des résultats. Sept cartes ont été réalisées. Pour le terrain bambergeois, une concerne la ville de Bamberg, une le nord de la Bavière, une l'Europe occidentale et une le monde. Dans les Pyrénées-Orientales, une est centrée sur le département, une sur l'Europe occidentale et une dernière donne à voir le monde entier.

Figure 23 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans les Pyrénées-Orientales (Carte 1 sur 3)

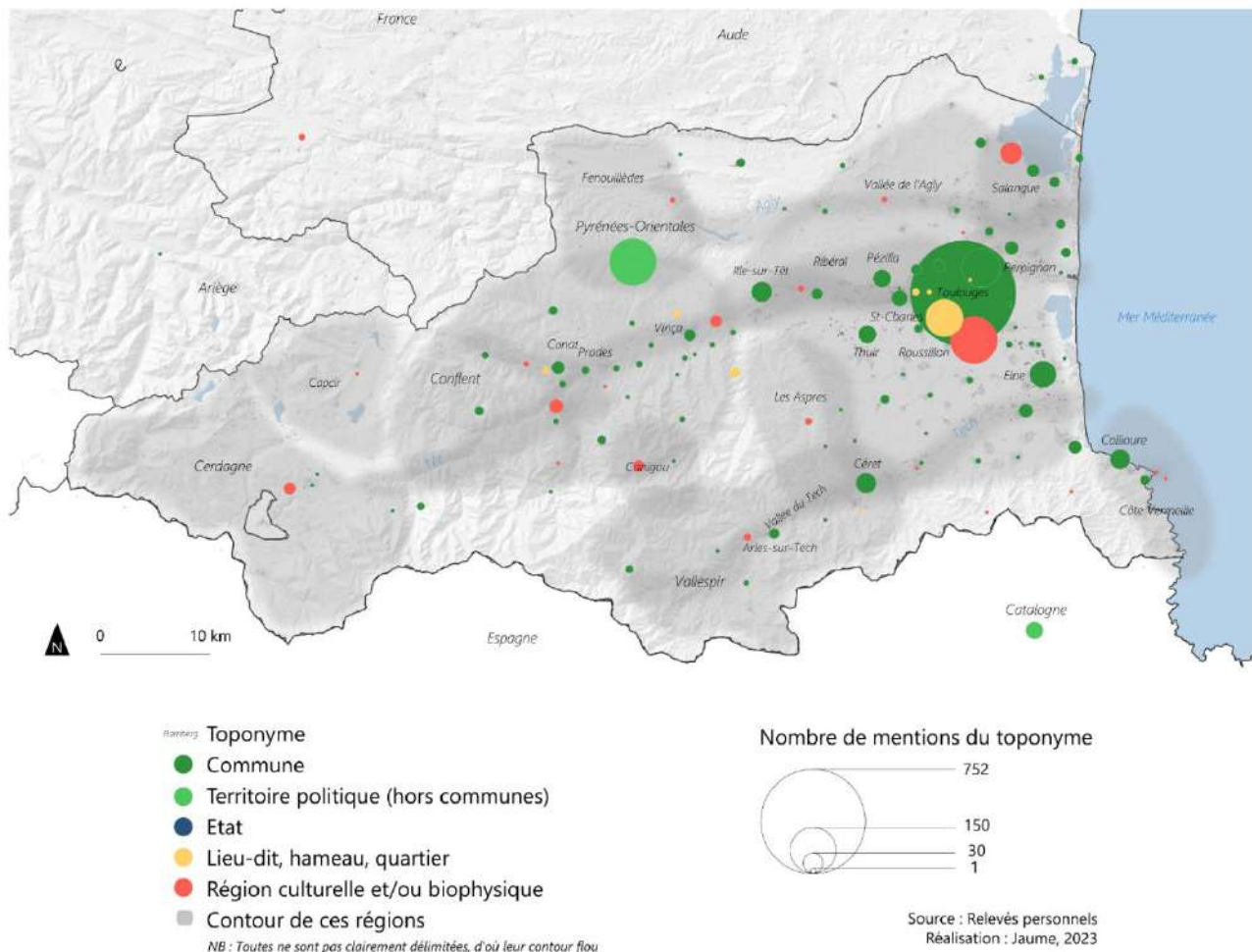


Figure 24 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans les Pyrénées-Orientales (Carte 2 sur 3)

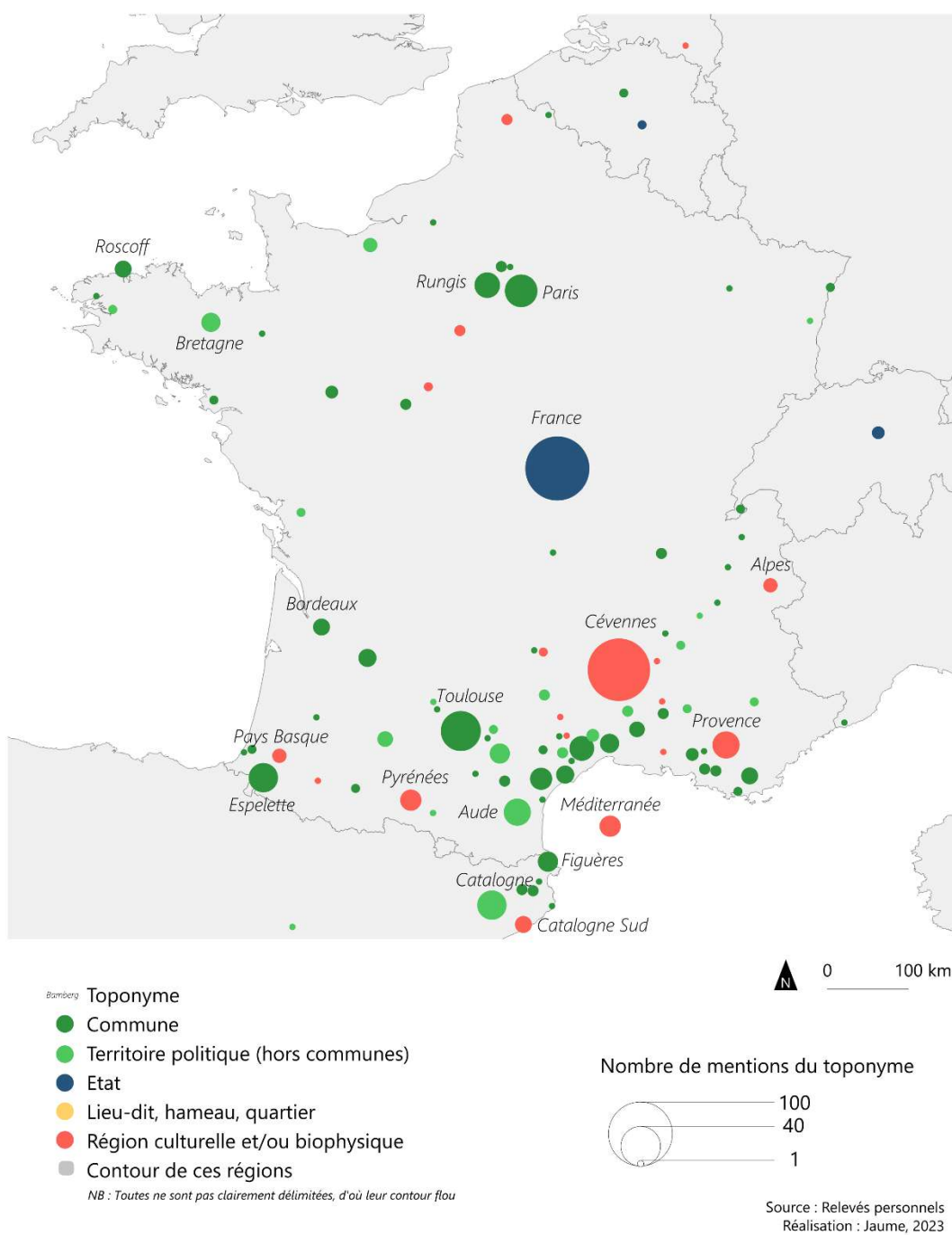
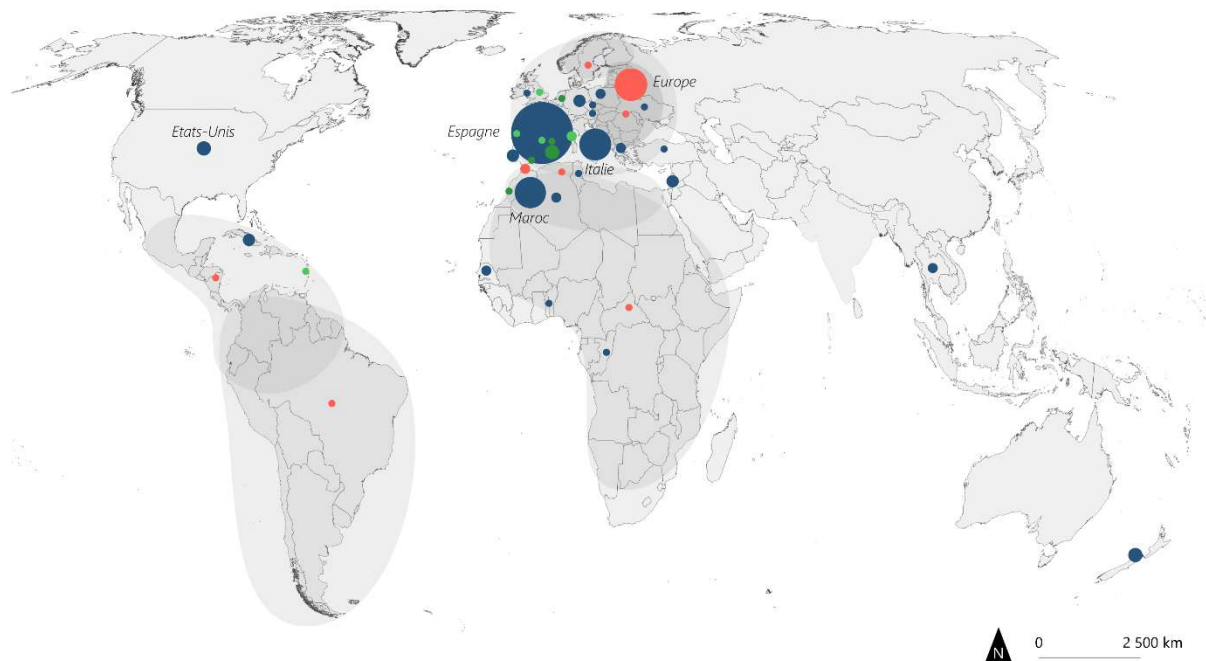
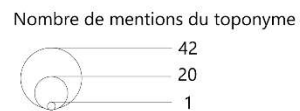


Figure 25 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans les Pyrénées-Orientales (Carte 3 sur 3)



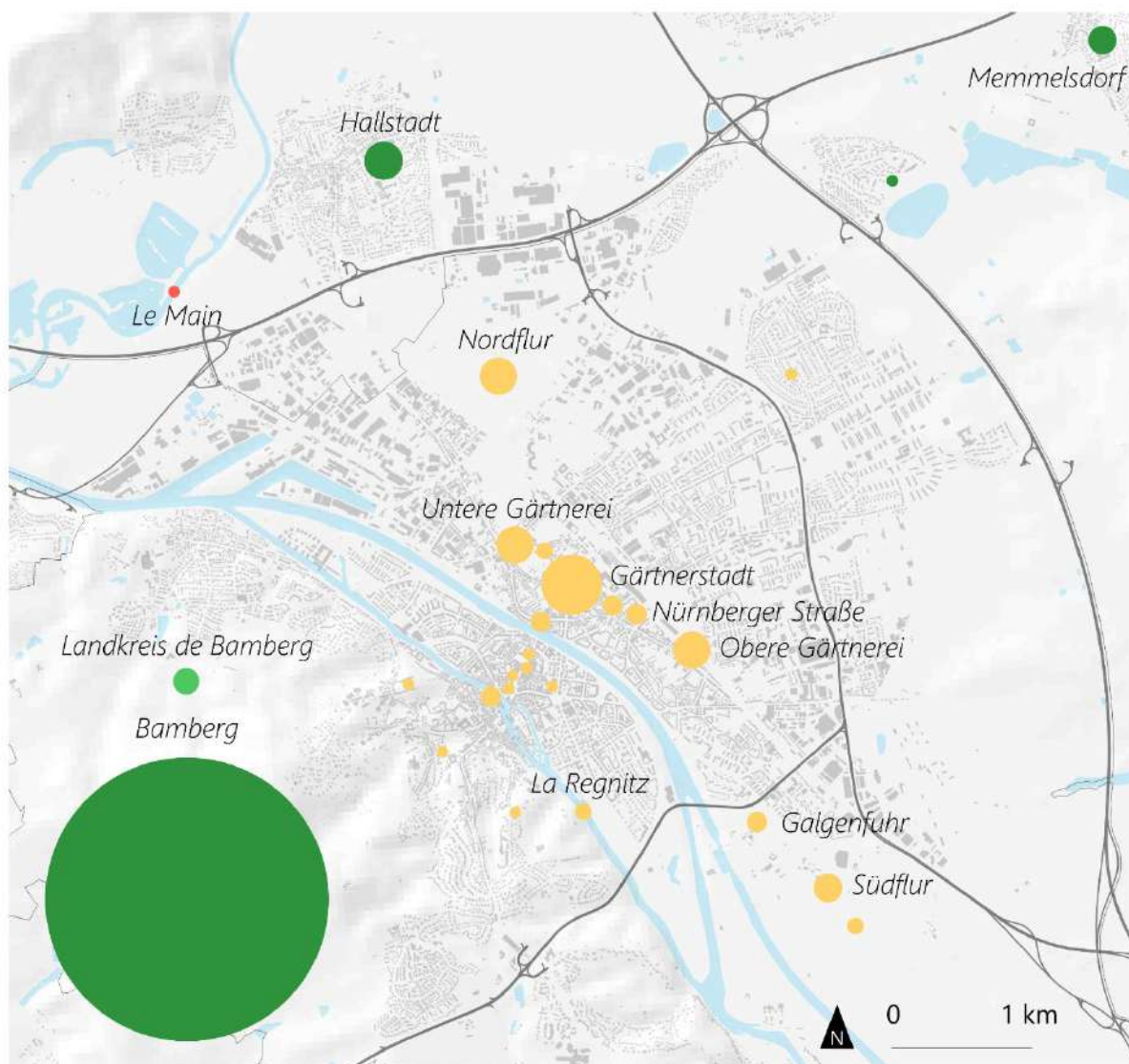
- Bombing* Toponyme
- Commune
  - Territoire politique (hors communes)
  - Etat
  - Lieu-dit, hameau, quartier
  - Région culturelle et/ou biophysique
  - Contour de ces régions
- NB : Toutes ne sont pas clairement délimitées, d'où leur contour flou*



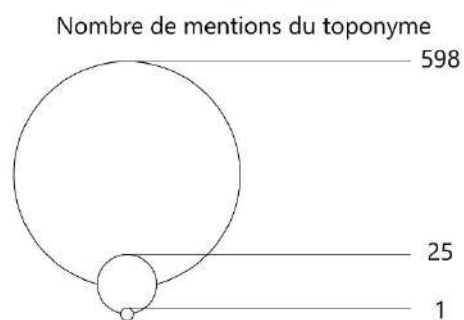
Source : Relevés personnels  
Réalisation : Jaume, 2023



Figure 26 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 1 sur 4)

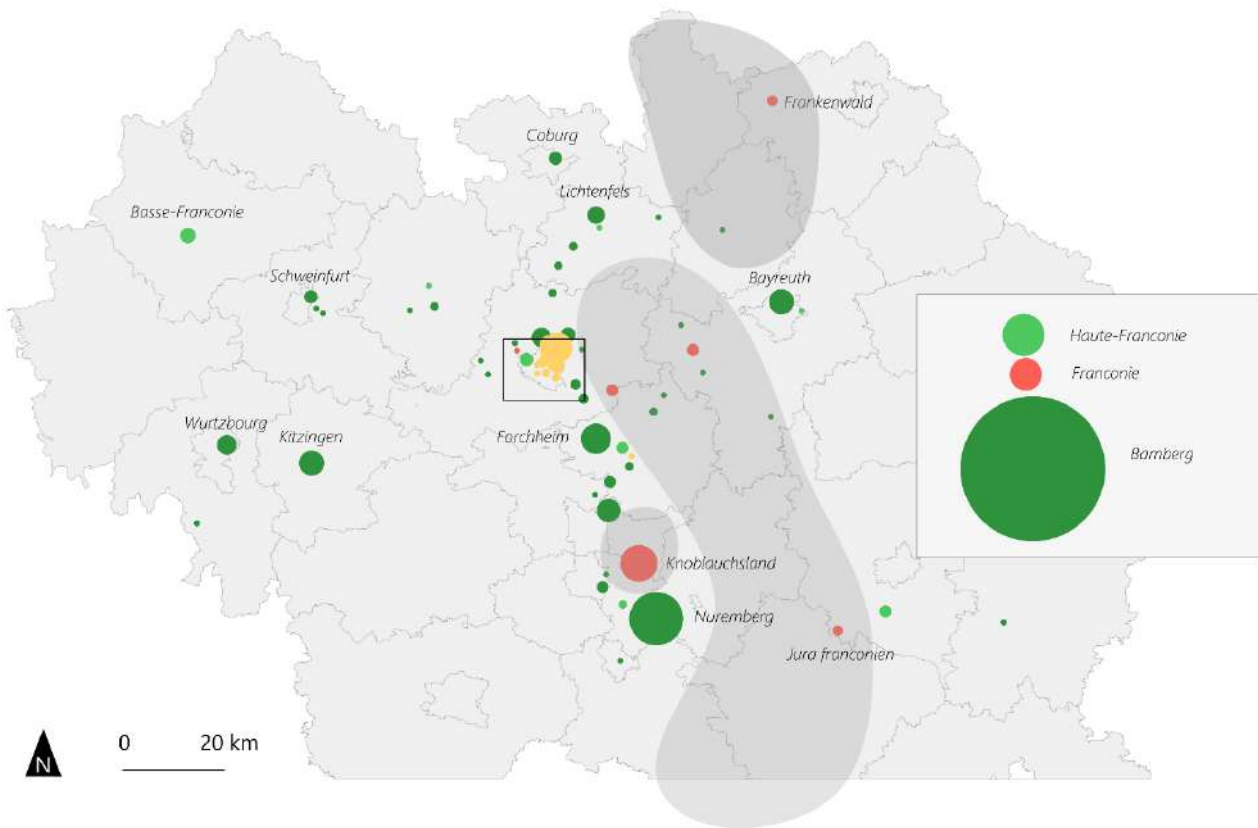


- Bamberg* Toponyme
- Commune
  - Territoire politique (hors communes)
  - Etat
  - Lieu-dit, hameau, quartier, rue
  - Région culturelle et/ou biophysique
  - Contour de ces régions
- NB : Toutes ne sont pas clairement délimitées, d'où leur contour flou*



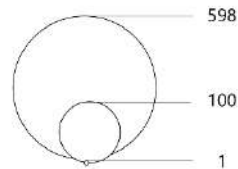
Source : Relevés personnels réalisés dans 24 entretiens  
Réalisation : Jaume, 2022

Figure 27 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 2 sur 4)



- Toponyme**
- Landkreis
  - Commune
  - Territoire politique (hors communes)
  - Etat
  - Lieu-dit, hameau, quartier
  - Région culturelle et/ou biophysique
  - Contour de ces régions
- NB : Toutes ne sont pas clairement délimitées, d'où leur contour flou

Nombre de mentions du toponyme



Source : Relevés personnels réalisés dans 24 entretiens  
 Réalisation : Jaume, 2023

Figure 28 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 3 sur 4)

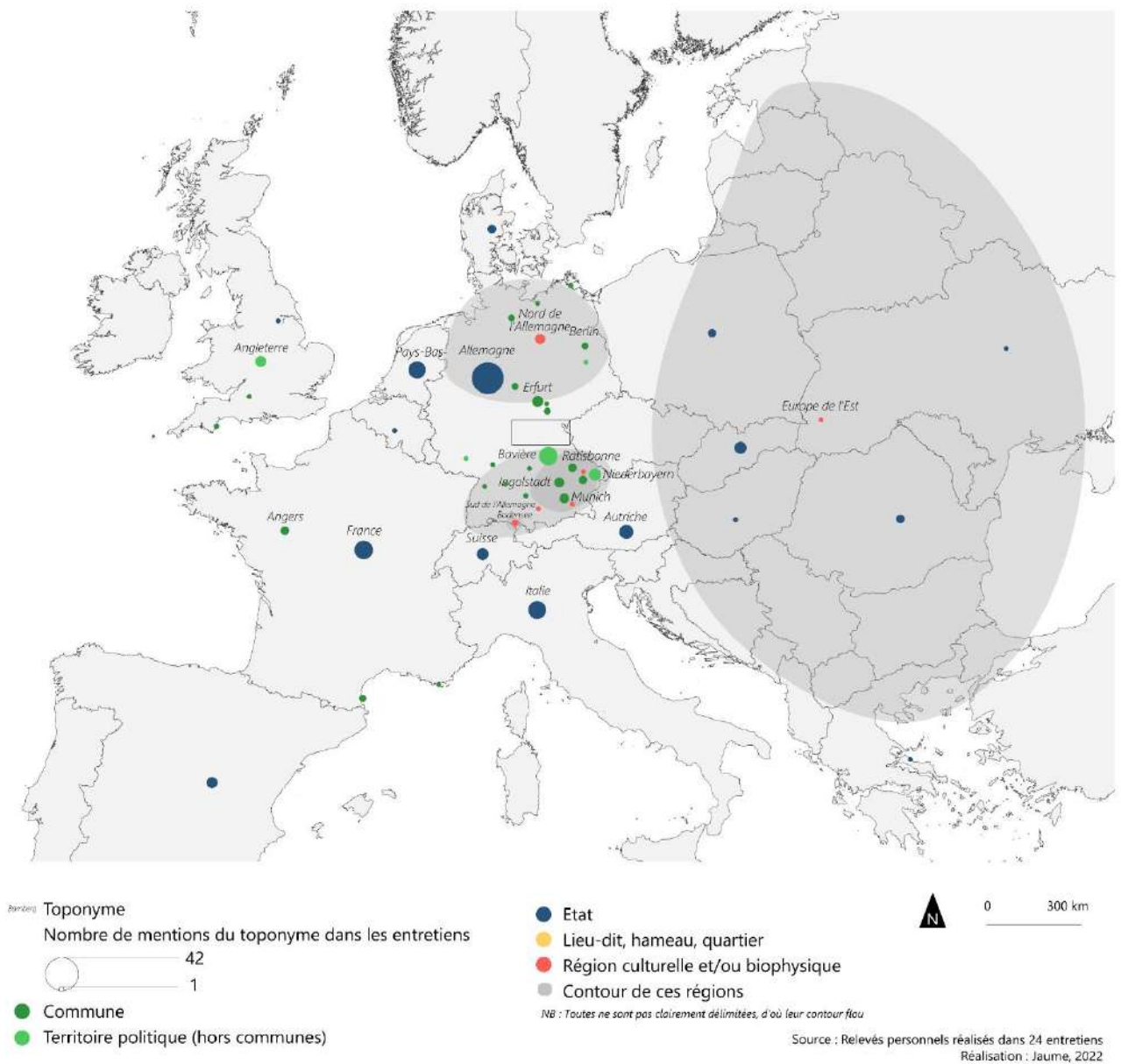
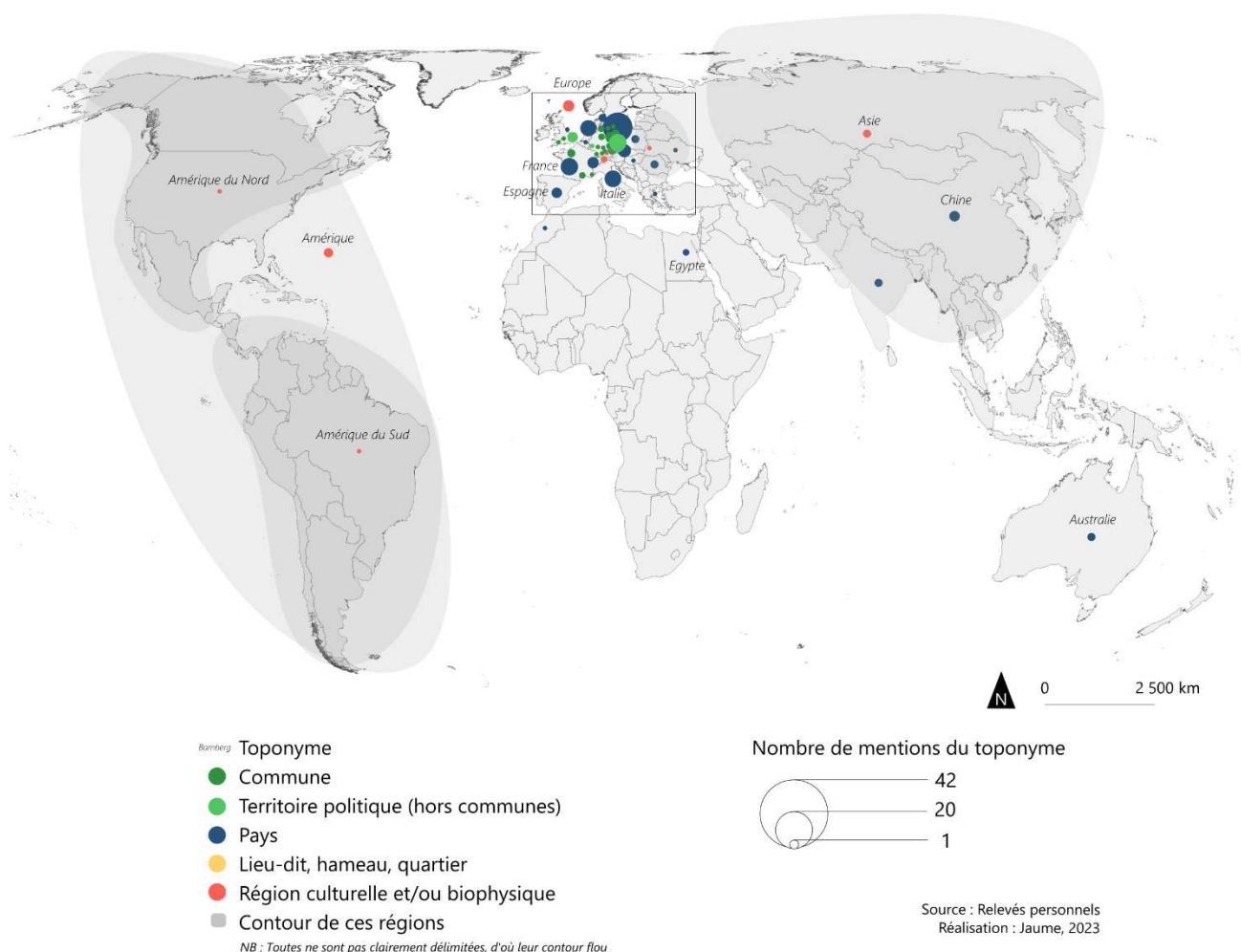


Figure 29 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 4 sur 4)



Les résultats de ce comptage des toponymes seront convoqués dans les parties 2 et 3 afin d'appuyer et d'illustrer l'analyse.

### 5.2.4 Conclusion : la cartographie comme outil pour saisir l'écart entre les discours et la réalité

Le traitement des éléments collectés durant l'enquête et des entretiens fera appel à de la cartographie. Les quatre méthodes présentées se veulent complémentaires dans la mesure où elles visent à mieux comprendre le sens donné à l'oignon par les acteurs enquêtés.

Plus précisément, l'intérêt de mobiliser ces méthodes en parallèle réside dans le fait qu'elles permettent de mesurer l'écart entre la réalité de la production d'oignons et le sens que les acteurs lui donnent (Arnaud, 2020). La cartographie de la production révèle les lieux, les acteurs et les circuits sur lesquels la production d'écotypes locaux repose tandis que les ZADA montrent comment chaque acteur se représente cette production. Leur comparaison amène

à se demander si les productions de *Bamberger birnenförmige Zwiebel* et d'oignons de Toulouges s'ancrent dans le même espace que celui circonscrit par les acteurs.

Cette interrogation sur les « distorsions entre un espace perçu et un espace "réel" » (Arnaud, 2020) est un fil rouge pour les travaux mobilisant la cartographie des représentations (Fauteux, 1977 ; d'Ercole & Rançon, 1999 ; Bonnet, 2004 ; Bonnet *et al.* 2011 ; Beck & Glatron, 2009). Il s'agit, en l'occurrence, de faire réaliser des cartes à des acteurs et de croiser les résultats avec des données « objectives » ou statistiques.

La distinction entre une réalité qui serait de l'ordre de l'objectivité ou du matériel et des représentations qui seraient plus subjectives est mobilisée pour sa valeur heuristique (Arnaud, 2020). C'est avec un regard critique que ce dualisme est envisagé, conscient qu'il découle d'une tradition de pensée européenne et naturaliste (Descola & Charbonnier, 2017).

## **5.3 RESTITUER LES RÉSULTATS**

### **5.3.1 Écrire la comparaison**

Pour clore ce chapitre méthodologique, je présenterai comment est conçu le travail d'écriture dans cette thèse. Un nombre croissant de travaux invite à porter un regard réflexif sur l'écriture et déplore qu'elle demeure « l'un des principaux angles morts méthodologiques de la recherche en sciences sociales » (Béal, 2012 : 40) : un impensé qui, paradoxalement, rend visible la pensée. En effet, la trace laissée par une thèse et, plus largement, par la recherche, est, avant tout, écrite. L'écriture est alors perçue comme déterminante dans la structuration de la pensée.

L'écriture est, d'abord, un remède à l'oubli. Comme de nombreux doctorants en géographie (Le Gall, 2011 ; Garçon, 2015), je disposais d'un cahier afin de retranscrire les entretiens, de noter des observations et des idées et de réaliser des croquis. L'écriture permet de vérifier ses arguments, de les étayer et de les lier (Béal, 2012). Un argumentaire écrit au cheminement logique est le signe « qu'une pensée est aboutie » (Lemieux, 2012). L'écriture présente, par conséquent, une haute valeur heuristique en invitant à approfondir l'analyse et en ouvrant des perspectives (Béal, 2012).

Dans mon cas, l'écriture a conditionné la structuration et la stabilisation des hypothèses de recherche. La rédaction de la thèse s'est faite progressivement, avec des « phases d'écriture intermédiaires » (Garçon, 2015 : 143). La rédaction d'articles pour les revues *Regards*

*sociologiques* et *Trajectoires*, la réponse à des appels à contributions et la participation à des colloques ou séminaires étaient des moments privilégiés pour coucher mes idées sur le papier, les clarifier et repérer les incohérences et les insuffisances.

L'écriture revêt une importance particulière dans un travail comparatif (Hassenteufel, 2005 ; Vigour, 2005 ; Béal, 2012) car elle est considérée comme ce qui lui donne une cohérence. « C'est souvent en écrivant que l'on donne toute sa dimension à la comparaison réalisée » (Bourdin, 2015). La comparaison peut être restituée suivant trois techniques d'écriture : la monographie, la restitution terme-à-terme et les monographies provisoires (Béal, 2012). Dans le premier cas, les terrains sont présentés un par un avant que soit opérée une montée en généralisation. Dans une restitution terme-à-terme, les terrains sont présentés ensemble suivant un plan thématique ou chronologique. Ces deux méthodes ont des atouts reconnus mais ne sont pas sans limite. La monographie laisse côte-à-côte les deux terrains et l'analyse croisée ne vient que dans un second temps, au terme de l'étude. A l'inverse, la restitution terme-à-terme tend à « broyer les cas dans la montée en généralité théorique » (Béal, 2012) et rend difficile l'affirmation de la singularité des cas étudiés. Le passage par des « monographies provisoires » (Vigour, 2005 ; Béal, 2012) est une « voie médiane » (*ibid.*) entre les deux méthodes précédentes. Des textes sont rédigés pour présenter les cas un-à-un conformément au modèle de la monographie. Ces textes ne sont toutefois pas intégrés à la publication finale. Ils visent davantage à synthétiser les informations recueillies durant l'enquête de terrain et à « formaliser la pensée et [à] la faire rebondir » (*ibid.*).

Je m'appuierai ici sur une restitution terme-à-terme pour présenter les productions d'oignons de Toulouges et de *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. En d'autres termes, elles seront décrites à partir des caractéristiques du micro-bassin de production identifiées par Sarrazin (2016). Les deux terrains seront ensuite constamment associés dans l'analyse. Cette dernière se fondera sur l'analyse de verbatims. Elle prendra généralement la forme suivante. Après avoir formulé un argument, je citerai un ou plusieurs extraits d'entretien pour l'illustrer et l'étayer. J'apporterai des explications sur le contexte d'énonciation et sur la trajectoire socio-professionnelle de l'enquêté et analyserai le discours tenu, tant sur le fond que sur la forme. Enfin, je reviendrai à l'argument initial en vue de le développer et de l'approfondir. Les chapitres suivants permettront d'exposer concrètement ces modalités d'écriture.

### **5.3.2 Pratiques, représentations, perceptions : un triptyque analytique**

La formulation écrite des résultats mobilisera les notions de perceptions, des représentations et des pratiques. Ces notions auront une fonction analytique et descriptive : elles serviront à retranscrire les propos des enquêtés et à faire surgir le sens accordé à l'oignon.

La mise en relation des perceptions, des représentations et des pratiques est fréquente sans déboucher pour autant sur un triptyque formellement reconnu. Un seul article mobilisant explicitement et de concert les trois concepts a été identifié (Caillault & Marie, 2009) et porte sur l'influence au quotidien des représentations, des perceptions et des pratiques sur la production des paysages.

Je reviendrai sur ces concepts, sur leur définition, sur leur place dans les SHS, la géographie et dans les recherches sur l'agriculture et l'alimentation. L'état de l'art ne se veut pas exhaustif. Il vise davantage à justifier l'intérêt de mobiliser ces notions dans une étude compréhensive sur des thématiques agricoles et alimentaires.

#### **5.3.2.1 Des perceptions aux représentations**

##### **5.3.2.1.1 Éléments de définition**

Les représentations sont associées fréquemment à la notion de perceptions ainsi qu'à celles de sensation, d'émotion, de ressenti, de sentiment, d'affect. Elles sont cependant rarement définies les unes par rapport aux autres et sont entourées d'un certain flou terminologique. C'est pour y remédier qu'Aurélie Arnaud, dans un article paru en 2019, explicite ce qui différencie ces notions et dresse un état de l'art à leur sujet.

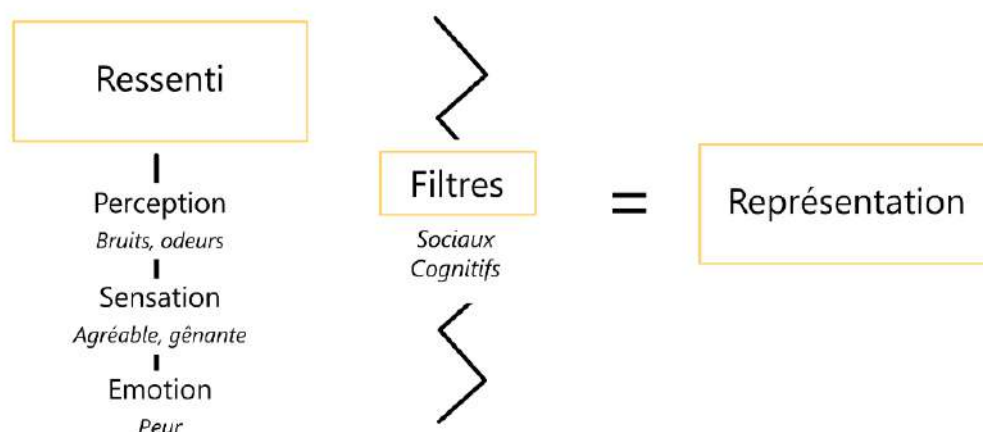
La perception est ainsi « ce qui est perçu par l'intermédiaire des sens » (CNRTL) : il peut s'agir des sons saisis par l'ouïe, des couleurs par la vue ou des matières par le toucher. Une perception relève du réflexe (Arnaud, 2019), de l'« être au monde [se révélant] simplement dans les rapports élémentaires à l'espace (ouvrir le frigo, par exemple) » (Di Méo, 1990).

Elle se distingue, en cela, de l'observation qui correspond à la mise en perspective des perceptions visuelles, à leur regroupement et à leur comparaison (Fernandez, 2021). L'observateur oriente son regard vers un objet et se veut attentif à un phénomène (Alarcon, 2018). Au contraire, dans une perception, l'acteur ne se focalise pas sur un objet déterminé : il reçoit un ensemble d'informations sans tri préalable.

Une perception engendre potentiellement « une sensation physique agréable ou désagréable qui se traduit par un sentiment de bien-être, de douleur ou de malaise » (Arnaud, 2019). Cette réaction est alors qualifiée de sensation, de ressenti, d'affect. Les sensations ne sont souvent ni verbalisées, ni conscientisées, ce qui explique potentiellement pourquoi elles sont peu étudiées en SHS, en géographie et en sociologie (*ibid.*). Si, en revanche, elle est extériorisée et qu'elle engendre une action, une sensation devient une émotion (*ibid.*). L'émotion est alors individuelle ou « potentiellement sociale, collective » (Guinard & Tratnjek, 2016). Les émotions telles que la peur, le dégoût, la tristesse, la nostalgie, la fierté, la colère sont l'objet d'un intérêt croissant de la part de l'ethnologie (Ernisse, 1994) et de la géographie culturelle depuis les années 1990 (Guinard & Tratnjek, 2016).

Aurélié Arnaud estime que la représentation correspond à une « construction mentale des phénomènes perçus » (Arnaud, 2019) et recouvre, de ce fait, le champ des perceptions, des sensations et des émotions. Autrement dit, elle est une perception analysée par le cerveau et transformée par des filtres qui « retien[nen]t certaines idées, certains faits » (*ibid.*). Des filtres « tels que l'âge, le genre ou encore la connaissance et la culture » (*ibid.*) sont d'ordre social et d'autres tels que les émotions, l'imaginaire et l'expérience sont plus individuels et sont qualifiés de corporels et de cognitifs (*ibid.*).

Figure 30 Des perceptions aux représentations



D'après Arnaud, 2020 ; Arnaud, 2021  
Adapté par Jaume, 2022

La distinction entre perception et représentation apparaît chez de nombreux auteurs. S'appuyant sur le dictionnaire de Brunet (Brunet *et al.*, 1996), Marie et ses coauteurs, (2008) montre qu'une perception « relève davantage du domaine sensoriel alors que la



représentation fait référence au domaine de l'idéal, ce qui implique des opérations d'abstraction par rapport au réel » (*ibid.*). La représentation est un « processus intellectuel à travers lequel un individu prend connaissance, évalue et intègre l'information qui lui provient de son environnement (physique et communicationnel) à travers les sens » (Glatron, 2009).

Toutefois, au quotidien, distinguer représentation et pratique relève quasiment de l'impossible. Une perception se transforme quasi instantanément en représentation au point qu'il est difficile d'accéder à des perceptions qui seraient vierges de toute transformation sociale ou psychique et qui ne seraient pas des représentations. La représentation intègre, dans ces conditions, les ressentis, les sensations, les émotions et leur ajoute des filtres sociaux et cognitifs. L'ajout de ces filtres est immédiat au point que, pour Guy Di Méo, « les objets que nous voyons, ne sont que des représentations » (Di Méo, 1990) voire des « représentations sociales » (*ibid.*). Ces dernières se caractérisent par « leur enracinement psychologique, [...] leur ancrage social et [...] leur assise institutionnelle » (Di Méo, 2008). Elles sont intégrées par les individus durant leur socialisation et influent de manière consciente ou inconsciente sur leurs comportements (Di Méo, 2008).

Parmi les représentations, certaines concernent spécifiquement l'espace et sont qualifiées de « spatiales ». Ces « images cognitives que les individus se font de leur espace » (Moquay *et al.*, 2005) et qui seront étudiées dans cette thèse, à travers les ZADA et la cartographie des toponymes, sont abordées par la géographie française dès les années 1970. Initialement, les travaux s'intéressent à la représentation par les acteurs sociaux des lieux, des espaces du quotidien, des régions culturelles et politiques (Frémont, 2015 ; Pichon, 2015) et sont le fruit d'une « petite communauté de géographes » (Pichon, 2015) caennais, lyonnais, palois et grenoblois. La recherche sur le sujet est foisonnante mais marquée par une grande diversité de méthodes, de lexiques et d'approches épistémologiques (*ibid.*). Si les notions de « perception » et d'« espace vécu » dominant initialement, c'est celle de « représentations » qui s'impose dans les années 1980 (*ibid.* : 104).

Dans les décennies suivantes, les recherches sur les représentations spatiales se multiplient en géographie (André, 1989 ; André, 1998 ; Buleon & Di Méo, 2005), notamment en géographie sociale et dans des courants distincts que sont la « géographie des représentations » et celle de « l'espace vécu ». Bien que la géographie soit à l'origine de la plupart des travaux sur le sujet, les représentations spatiales sont un objet pluridisciplinaire

(Dernat *et al.*, 2017 ; Arnaud, 2019) dont la sociologie (Lefebvre, 2000) et la psychologie sociale (Dias, 2016) se sont également saisies.

#### **5.3.2.1.2 Ruralité, agriculture et alimentation : l’empreinte des perceptions et des représentations**

De nombreux chercheurs ont montré la pertinence d’étudier des thématiques agricoles et alimentaires sous l’angle des perceptions et des représentations. L’étude des perceptions sert à souligner la place des sens et de l’observation pour les agriculteurs (Goulet, 2011 ; Barbier & Goulet, 2013 ; Myers, 2014 ; Alarcon, 2018 ; Brunois-Pasina, 2018 ; Compagnone *et al.*, 2018 ; Kazic, 2022).

Les représentations apparaissent également dans des travaux sur l’agriculture en vue de questionner le sens donné par les agriculteurs à leur métier (Léméry, 2003 ; Candau *et al.*, 2017 ; Guillemain, 2020), à leur environnement social et physique (Barbier & Goulet, 2013), aux végétaux (Alarcon, 2018 ; Kazic, 2022), aux sols (Marie *et al.*, 2008 ; Compagnone & Sigwalt, 2013), aux paysages (Caillault & Marie, 2009), aux circuits courts (Frayssignes *et al.*, 2021) et aux identités locales et socio-culturelles (Fortunel, 2017), aux modes de production (Rouget *et al.*, 2021 ; Barbier & Goulet, 2013) et aux productions locales reconnues (Fortunel, 2003 ; Fortunel, 2017).

L’agriculture se trouve ainsi entourée de représentations collectives et individuelles. Les sociétés urbaines tendent, par exemple, à valoriser les producteurs biologiques et/ou inscrits dans des circuits courts de proximité (Chaffotte & Chiffolleau, 2007 ; Praly *et al.*, 2014). Être maraîcher biologique dans une petite exploitation est une « trajectoire valorisée commercialement et médiatiquement » (Guillemain, 2020).

Enfin, les représentations ont été mobilisées pour étudier l’alimentation (Burzala-Ory, 2018) et les comportements alimentaires (Lahlou, 2005).

#### **5.3.2.2 Les pratiques**

La troisième notion qui sera mobilisée tout au long de mon analyse est celle de pratiques.

Les pratiques renvoient à l’exercice d’une activité présentant un caractère habituel et répondant potentiellement à des règles ou à des principes (CNRTL). Elle se rapproche des mots « usage », « expérience », « habitude », « action », « technique » « savoir-faire ». Dans leur *Dictionnaire de la géographie*, Levy et Lussault (2003) la présentent comme une « action humaine qui s’insère dans un environnement constitué, notamment d’autres pratiques et ainsi

le transforme. La pratique est une action contextualisée, en situation » (*ibid.*). Enfin, pour Compagnone (2015), elle est un « ensemble d'actions stabilisées et cohérentes, adaptées à des situations particulières dans un environnement donné, développées par un acteur ou des collectifs d'acteurs, en vue d'une certaine finalité » (*ibid.*). D'après ces définitions, une pratique se caractérise par le fait d'être observable et inscrite dans un contexte social et spatio-temporel. La géographie s'intéresse, en particulier, aux pratiques qualifiées de spatiales, définies comme « un ensemble de comportements d'un opérateur en relation avec un espace qui constitue pour lui un contexte » (Staszak, 2003 : 740). Les déplacements quotidiens, les activités professionnelles et associatives, les loisirs, l'approvisionnement alimentaire sont ainsi des pratiques inscrites dans l'espace participant à la construction de l'« espace de vie de chacun » (Di Méo, 2004 : 196).

Les pratiques sont une porte d'entrée pour aborder l'agriculture et l'alimentation en SHS et en agronomie, depuis les années 1970 (Landais *et al.*, 1988). À cette époque, un des enjeux est d'évaluer l'efficacité des pratiques culturelles et, à partir de là, de « définir des règles d'action » (*ibid.*). Depuis les années 2000, portées par l'essor des approches qualitatives, ethnographiques (Garçon, 2015) et compréhensives (Millet, 2017 ; Alarcon, 2018), l'approche des pratiques se renouvelle et les travaux sur le sujet se multiplient au point que Sarah Whatmore parle de « retour matérialiste » (*materialist returns*) et « tournant pratique » (*practice turn*) (Whatmore, 2006).

L'emploi de la notion de pratiques dans la recherche sur l'agriculture et l'alimentation se comprend à partir de son opposition à la théorie (Buleon & Di Méo, 2005 : 79). La pratique est de l'ordre du concret, du matériel tandis que la théorie est de celui de l'abstrait, de l'idéal. Pour prendre deux exemples, cette opposition se retrouve :

- En agroécologie où les missions du chercheur sont vues à la fois comme théoriques et pratiques : promouvoir l'agroécologie et participer à son développement (Wezel *et al.*, 2013),
- Et dans l'étude des savoirs et savoir-faire en agriculture où sont opposés le savoir, théorique, formalisé, écrit et le savoir-faire pratique, empirique, situé, oral (Barel, 1977 ; Caplat, 2016 ; Compagnone *et al.*, 2018).

L'objet des pratiques peut, en outre, être précisé : on parle ainsi de pratiques culturelles, productives, agricoles, alimentaires, de consommation, de commercialisation ou

d'approvisionnement alimentaire. Les pratiques alimentaires désignent la manière à la fois de consommer des aliments (Malassis, 1979 ; Serra Mallol, 2016 ; Pulliat, 2018) et celle de s'approvisionner en nourriture (Praly *et al.*, 2014 ; Loudiyi & Houdart, 2019 ; Trimech & Lardon, 2021). Les pratiques agricoles désignent « les façons d'agir ou manières de faire (modalités et raisons sous-jacentes) des agriculteurs. » (Thenail & Codet, 2003). Ces pratiques consistent à conduire des cultures agricoles, à entretenir les parcelles ou à aménager l'exploitation par la plantation de haies ou la construction de serres.

Les productions agricoles revendiquant le respect de l'environnement ou un ancrage territorial sont fréquemment abordées sous l'angle des pratiques. L'étude des pratiques est très fréquente dans le cas de productions revendiquant le respect de l'environnement, de l'écologie ou la rupture avec le modèle productif conventionnel (May *et al.*, 2007 ; Lamine, 2010) telles que la biodynamie (Foyer, 2018), l'agriculture biologique (Fleury *et al.*, 2014) et l'agroécologie (Wezel *et al.*, 2009). L'attention est portée sur la manière dont s'opèrent les changements de pratiques vers des modèles plus respectueux de l'environnement (Wezel *et al.*, 2014 ; Lamine, 2017 ; Alarcon, 2018). L'agroécologie est définie dans cette perspective comme un ensemble de pratiques ayant un impact limité sur l'environnement (Wezel *et al.*, 2009). Le terme de pratiques agroécologiques a été théorisé pour désigner les actions mises en place dans ce cadre : réduction des intrants chimiques, refus des OGM, plantation d'arbres et de haies, maîtrise de l'irrigation, association et rotation des cultures, utilisation d'engrais verts, etc. (Wezel *et al.*, 2014). De même, les travaux sur l'écologisation ont consacré l'expression « écologisation des pratiques » qui renvoient à des actions similaires à celles portées par l'agroécologie (Alarcon, 2018).

Les pratiques sont, en second lieu, étudiées dans les productions revendiquant une dimension territoriale et le rattachement à un terroir.

Les pratiques culturelles, industrielles et culinaires sont reconnues comme des composantes clés des produits locaux et de terroir (Millet, 2017). C'est la présence de pratiques culinaires, artisanales et agricoles partagées, qui caractérise, entre autres, un terroir lorsque Disson le définit comme l'« espace aux caractéristiques géographiques et physiques propres, exploitées grâce à des pratiques et des savoirs communs élaborés, transmis et renouvelés au cours du temps, formant un patrimoine technique et social » (Disson, 2019). L'ancrage territorial d'une production se caractérise donc par la présence de pratiques spécifiques (Millet, 2017). Aberghal *et al.* (2017) définit cet ancrage comme « la construction de liens déterminés par les

relations entre des lieux, des ressources et des pratiques, elles-mêmes associées à un mode de relation particulier entre nature et culture » (Aberghal *et al.*, 2017). Le maintien des productions agricoles locales paraît alors conditionné par la perpétuation de pratiques (Boutonnet *et al.*, 2008 ; Sorba, 2018 ; Mariani, 2018). Plus spécifiquement, les recherches sur les Indications Géographiques insistent sur les débats que suscitent la définition des pratiques agricoles et culturelles dans les cahiers des charges (Pouzenc *et al.*, 2007 ; Druguet, 2012 ; Millet, 2017 ; Clark & Kerr, 2017).

Ce panorama montre que le concept de pratiques est mobilisé par la recherche en SHS sur l'agriculture et l'alimentation, à la fois comme concept analytique et comme outil méthodologique.

Plus largement, l'intérêt porté aux pratiques, aux perceptions et aux représentations dont témoigne cette revue bibliographique motivent son utilisation dans cette thèse. Chacune de ces notions présentent une haute valeur heuristique : la littérature conséquente à leur sujet ouvre des pistes de réflexion et ce, d'autant plus que nombreux sont les travaux sur l'agriculture et l'alimentation qui y ont recours.

Le recours aux notions de perceptions, de représentations et de pratiques se justifie, en outre, pour deux autres raisons. Les trois concepts apparaissent, d'une part, dans les discours des acteurs eux-mêmes, ce qui est intéressant dans une étude empirique comme celle conduite ici. Ils sont, en ce sens, à la fois, des catégories d'analyse mobilisées par la recherche et des catégories d'action utilisées par les acteurs (Fleury, 2008).

D'autre part, il apparaît que les trois notions sont d'ores et déjà fréquemment mises en relation par la recherche. Les regrouper au sein d'un triptyque permet ainsi de reconnaître leurs liens et leur complémentarité.

### **5.3.2.3 Des notions entremêlées**

#### **5.3.2.3.1 Perceptions et pratiques**

Le lien entre les perceptions et les pratiques transparait, notamment, dans les études portant sur les paysages et sur les savoirs en agriculture quand bien même les concepts ne sont pas utilisés en tant que tels. Les perceptions, les observations et la pratique sont vus comme une source de savoirs pour les agriculteurs. La notion de « savoirs expérientiels » (Ingold, 2000) a ainsi été théorisée pour décrire les « processus d'apprentissage basés sur l'expérience concrète, les affects et la subjectivité bien plus que sur la conceptualisation et l'abstraction »

(Foyer, 2018). Du fait de ce primat accordé aux perceptions et aux pratiques, l'expérimentation se révèle structurante. La perception d'éléments météorologiques, des plantes, des parcelles influence les pratiques. Pour Foyer (2018), la biodynamie se réalise « *in situ* », en considérant les conditions présentes et en adaptant en permanence ses pratiques (Foyer, 2018). Cela caractérise même l'agriculture si l'on en croit Alarcon (2018). Selon la géographe, l'attention portée à l'environnement non-humain, notamment, par le biais des perceptions créent de « l'incertitude, de l'indétermination » entraînant des « pratiques non stabilisées », des « expérimentations, de[s] tâtonnements » (Alarcon, 2018 : 271).

#### **5.3.2.3.2 Représentation et pratiques**

Le lien entre pratiques et représentations est plus manifeste en géographie sociale et dans les recherches sur l'agriculture.

La géographie sociale mêle les deux termes qu'elle considère comme fondateurs des territoires et du rapport à l'espace forgé par chacun. Di Méo définit ainsi ce rapport comme la « manière dont l'individu vivant en société pratique l'espace au quotidien, se le représente, établit des relations tantôt rationnelles, tantôt affectives avec ses lieux de vie » (Di Méo, 1997) (Lescureux, 2004). L'importance de ces concepts en géographie sociale est telle qu'elle doit « fournir une base théorique solide au couple pratiques-représentations de l'espace » (Buleon & Di Méo, 2005 : 119) et théorise, pour ce faire, une distinction entre le matériel et l'idéal (*ibid.* : 119).

Les travaux sur l'agriculture associent, de plus, les deux termes. Le métier d'agriculteur (Rouget *et al.*, 2021), le travail du sol (Marie *et al.*, 2008), la biodynamie (Foyer, 2018), l'agriculture conventionnelle (Alarcon, 2018), la culture des produits de terroir (Bérard *et al.*, 2004) se caractérisent par un ensemble de pratiques et de représentations. Ce couple est au cœur de la définition de la reterritorialisation de l'agriculture qui désigne chez Millet la « reconstruction de liens entre agriculture et territoire selon des référentiels renouvelés qu'ils soient matériels (pratiques de production) ou idéels (culturel, social ou idéologique) » (Millet, 2017). Enfin, un exemple symptomatique a trait à l'usage des qualificatifs ancien, paysan, traditionnel pour désigner des pratiques qui sont, dès lors, indissociables de représentations et, en l'occurrence, d'une « vision fantasmée de pratiques anciennes et qui idéalise le bon sens paysan en l'enfermant finalement dans la même caricature empirique, désormais présentée comme vertueuse » (Caplat, 2016). La recherche insiste *a fortiori* sur le fait qu'une pratique suscite des représentations différentes suivant les acteurs. Pour ne prendre qu'un

exemple, Compagnone compare la manière dont un agronome et un sociologue se représentent les pratiques agricoles. Pour le premier, une pratique répond à un objectif concret tandis que le second ne postule pas l'existence d'une logique ou d'une finalité derrière toute action et s'intéresse davantage au récit qui en est fait (Compagnone, 2015).

Relier représentations et pratiques n'est cependant pas sans poser problème : comment isoler ce qui relève de chacun de ces deux éléments et ce qui relève de l'individuel et du collectif (Bronner, 2017) ? Anne-Christine Bronner invite dès lors à questionner ce lien et à en préciser la nature.

#### **5.3.2.3.3 Discours, représentations, perceptions et pratiques**

Le recours à ces trois concepts est, pour finir, motivé par leur complémentarité avec la notion de discours. De nombreux travaux reconnaissent le discours comme moyen de saisir les représentations et les pratiques, ce qui rejoint l'approche compréhensive dans laquelle les discours des acteurs constituent le matériau de recherche.

Le discours est considéré comme un révélateur et un diffuseur de pratiques. Les pratiques sont médiées par la parole, par des « échanges langagiers » (Compagnone, 2015) et peuvent faire l'objet de récits qui les rattachent à un groupe ou à un modèle (Darre, 1984 ; Compagnone, 2015). Une des caractéristiques des pratiques est dès lors d'être « discursives » (*ibid.*), en faisant l'hypothèse que l'entretien est un moment privilégié pour « saisir les pratiques sociales dans leur matérialité » (Séchet & Veschambre, 2006).

De même, un lien direct est régulièrement fait entre discours et représentations, considérant le premier comme un révélateur des secondes. Le discours matérialise les représentations des acteurs, il les donne à voir aux chercheurs et constitue un support pour leur étude. Pour Petit (2019), il s'agit « d'identifier les représentations [de la nature chez les agriculteurs] à travers [d]es propos librement exprimés » (Petit, 2019). Burzala-Ory (2018) analyse les discours pour saisir les représentations des légumes chez les consommateurs et Compagnone et Sigwalt fait de même pour étudier la représentation des sols chez des agriculteurs vendéens (Compagnone & Sigwalt, 2013). Enfin, pour Germaine (2011), « la comparaison des discours collectés conduit à repérer les motifs et valeurs qui interviennent dans la construction des modèles de représentation » (Germaine, 2011). Une analyse de contenu d'entretiens avec des acteurs locaux lui permet d'étudier les représentations des paysages dans trois vallées

normandes. Ces quatre exemples considèrent les discours comme le moyen d'accéder aux représentations.

*A fortiori*, des études relient à la fois représentations, pratiques et discours. Dans leur analyse du foncier agricole dans le Nord de la France, Louise de La Haye Saint Hilaire et ses coauteurs invitent à une prise en compte du discours en géographie. Il est, d'après eux, « un outil privilégié pour l'exploration de la dialectique entre représentations et pratiques car, sous ses différentes formes, il donne accès, d'une part à des raisonnements, des éléments d'argumentation et d'explication et d'autre part à la manière dont les gens se situent les uns par rapport aux autres ainsi que dans leur environnement » (De la Haye St Hilaire *et al.*, 2021). Il s'agit alors d'analyser la manière dont les acteurs décrivent leurs propres pratiques et représentations (Rouget *et al.*, 2021) : quelle « auto-analyse » font-ils de leurs changements de représentations et de pratiques (Alarcon, 2018) ? quel écart y a-t-il entre cette « auto-qualification » et une qualification théorique (Rouget *et al.*, 2021) ?

Du fait de leur lien avec l'approche compréhensive et la notion de discours, il est intéressant de mobiliser les concepts de représentations, de pratiques et de perceptions dans cette étude.

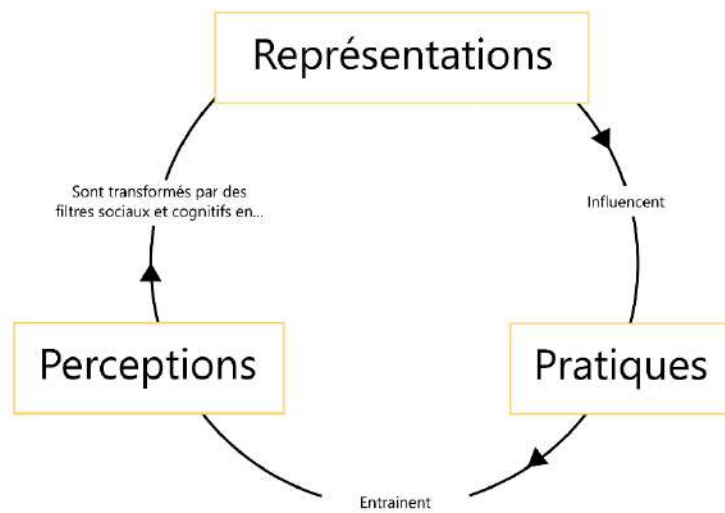
#### **5.3.2.4 Conclusion : des notions complémentaires**

Cette revue de la littérature, bien que non exhaustive, justifie de la pertinence de mobiliser conjointement les notions de représentation, de perception et de pratique. Leur apparition et, le cas échéant, leur association dans des travaux en SHS sur des thématiques agricoles et alimentaires, se révèlent fréquentes, soulignant leur utilité en tant que concepts analytiques et suggérant leur complémentarité.

Leur association dans ma thèse vise à affirmer cette complémentarité : la représentation est une perception à laquelle des filtres sociaux et cognitifs se sont ajoutés. Elles influencent ensuite les pratiques qui elles-mêmes entraînent de nouvelles perceptions sensorielles (cf. Figure 31). Ces trois notions forment un triptyque auquel je me référerai pour analyser la signification accordée à l'oignon par les acteurs. Cela permettra une homogénéité conceptuelle dans l'expression des résultats.



Figure 31 Perceptions, représentations et pratiques : un triptyque de notions complémentaires



Réalisation : Jaume, 2023

Figure 32 Relier discours, perceptions, représentations et pratiques dans une démarche compréhensive



Réalisation : Jaume, 2023

## 6 CONCLUSION DU DEUXIÈME CHAPITRE

L'objectif de ce chapitre était, dans un premier temps, de justifier le cadre méthodologique de la thèse. L'approche compréhensive offre des outils pour comprendre le sens donné aux écotypes locaux et, plus largement, aux oignons. L'approche a déjà été utilisée en géographie mais y recourir pour étudier des écotypes de légumes locaux et, plus largement, les enjeux

de territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation, est inédit. Le choix de mener une comparaison entre des terrains franco-allemands se justifie, en outre, par la valeur heuristique de cette démarche : l'identification de similarités et de différences permet une prise de recul sur l'objet d'étude et stimule l'analyse. Leur association est motivée par l'importance qu'elles donnent, toutes deux, au « terrain » et à la réflexivité.

C'est dans cette optique qu'ont été présentés, dans un second temps, le déroulement de l'enquête de terrain et sur la manière de traiter et de restituer les résultats. Je suis revenue sur la méthode d'entretien compréhensif, les outils cartographiques et sur la phase d'écriture. Les résultats et la retranscription du sens donné à l'oignon se fonderont, dans cette optique, sur l'analyse qualitative des discours tenus lors des entretiens. Avant d'en venir à cette analyse et afin de mieux comprendre les propos tenus par les acteurs, présentons plus précisément les terrains d'étude. C'est l'objet du chapitre suivant que de présenter les filières de l'oignon de la région de Bamberg et des Pyrénées-Orientales au prisme de la notion de « micro-bassin » et de « bassin de production » (Sarrazin, 2016).

## **CHAPITRE 3 : IMMERSION DANS LES MICRO-BASSINS DE L'OIGNON DE TOULOGES ET DE LA *BAMBERGER BIRNENFÖRMIGE ZWIEBEL***

Ce chapitre présente les terrains d'étude que sont les Pyrénées-Orientales et la région de Bamberg. Je recours, pour ce faire, aux notions de bassin et de micro-bassin de production telles que définies par François Sarrazin (2016). Ces notions sont présentées dans un premier temps. Je reprends ensuite les traits caractéristiques d'un micro-bassin pour présenter de manière croisée les terrains d'étude. La notion de micro-bassin est effectivement la plus adaptée pour décrire les productions d'oignons de Toulouges et de BBZ.

### **1 DU BASSIN AU BASSIN DE PRODUCTION : DEUX NOTIONS POUR APPROCHER LES TERRAINS D'ÉTUDE**

#### **1.1 LE BASSIN DE PRODUCTION**

Un bassin correspond au déploiement d'une filière dans l'espace (Vaudois, 2000 ; Praly, 2010, Margetic, 2014 ; Fortunel, 2017). La filière se définit comme l'« ensemble des stades successifs d'élaboration et de fabrications d'un produit » (Brunet *et al.*, 1992 : 216). Au sens large, un bassin de production est un « espace d'activité centré, plus ou moins organisé autour d'un point [...] voire d'une forme de mise en valeur » (*ibid.* : 63).

Il se caractérise par une similarité pédoclimatique ou, du moins, par le regroupement d'acteurs engagés dans une même filière (Bernard de Raymond, 2013 ; Margetic, 2014). Agriculteurs, fabricants d'intrants, semenciers, pépiniéristes, coopératives, transformateurs, transporteurs, distributeurs, commerçants, restaurateurs, conseillers techniques, syndicats professionnels et pouvoirs publics concourent à structurer des flux de marchandises, de capitaux et de main d'œuvre dans un espace défini (Pilleboue, 2000 ; Guillemain, 2020). Le bassin présente, de ce fait, un certain degré de spécialisation et d'organisation (Margetic, 2005 ; Pilleboue, 2000).

Le bassin de production (BP) est mobilisé des années 1950 à 1990 par la géographie rurale (Diry, 1997 ; Pilleboue, 2000 ; Vaudois, 2000) et économique (Brunet *et al.*, 1992 ; Rieutort, 2009 ; Guillemain, 2020), la sociologie (Lefebvre, 1971), l'économie rurale (Poncet, 1988) et par

l'agronomie (Caneill & Le Bail, 1995). La littérature en fait un système complexe (Diry, 1987 et 1988 ; Vaudois, 1996 ; Vaudois, 2000) mêlant différentes temporalités et spatialités.

L'attention se porte sur la trajectoire des bassins, c'est-à-dire sur les « phases de structuration, d'expansion, puis de désagrégation » (Vaudois, 2000 : 11), et sur leur ancrage local ambivalent. Le bassin est, en effet, plus ou moins vaste, strictement délimité et continu (Pilleboue, 2000) suivant les stratégies économiques et commerciales des acteurs et leur positionnement sur le marché (Guillemin, 2020). Il prend moins une « forme de cuvette » (Brunet *et al.*, 1992 : 63) que celle d'une organisation sociale et en réseau (Vaudois, 2000). Il se distingue, de ce fait, des aires d'appellations d'origine (Pilleboue, 2000), formellement délimitées par un cahier des charges. Le bassin mêle plusieurs échelles, « du transnational au local » (Fortunel, 2017 : 3), et plusieurs lieux et espaces que sont les exploitations, les usines de conditionnement et de transformation, les marchés de gros et de plein vent et les centres d'expérimentations (Brunet *et al.*, 1992 ; Vaudois, 2000).

Les auteurs insistent sur l'ancrage local inégal des bassins de production : les bassins industrialisés, structurés par les industries agroalimentaires (Rieutort, 1995) sont qualifiés de déterritorialisés (Vaudois, 2000 ; Fortunel, 2017). Il s'agit, par exemple, de la production de fruits et légumes dans le Segura en Espagne (Hérin, 1976), des grandes cultures de maïs, de soja et de céréales dans la *Corn Belt* aux Etats-Unis et dans la Beauce française (Charvet, 1985) ou de l'endive dans le nord de la France (Vaudois, 1996).

Le BP est relégué au second plan au tournant du XXI<sup>e</sup> siècle (Pilleboue, 2000 ; Fortunel, 2017). Tout se passe « comme si l'échelle du bassin était devenue inopérante » (Fortunel, 2017 : 85). Le bassin souffre, en premier lieu, du flou de sa définition et de son caractère essentiellement descriptif : « souvent employé, le bassin de production semble fonctionner comme un sens commun ne nécessitant que très rarement une définition » (*ibid.* : 83). Sa dimension spatiale qui, pourtant, le caractérise et le distingue de la filière reste peu problématisée et son étude peu outillée méthodologiquement (*ibid.* : 84). On estime, en outre, que le bassin est centré sur « la seule logique agricole » (Rieutort, 2009 : 38. ; Guillemin, 2020). Il peinerait à rendre finement la complexification des réseaux d'acteurs et des systèmes productifs agricoles (Pilleboue, 2000) et ce qui se joue désormais autour de l'écologisation et de la territorialisation (Fortunel, 2017). C'est pourquoi les notions de *commodity chain* et de systèmes agri-alimentaires lui sont préférés (Sarrazin, 2016 ; Guillemin, 2020).

### **1.1.1 Une définition renouvelée : vers un système social et territorial**

La notion de bassin ne disparaît pas pour autant (Jousseume & Margetic, 2007). Elle se complexifie pour entrer en correspondance avec les approches et les thématiques de recherche contemporaines. En 2000, Pilleboue invite à « revitaliser la notion de bassin de production » (Pilleboue, 2000). Il propose la notion de « « bassin de production de la qualité » afin d'étudier des productions sous AOP ou IGP et documenter l'engouement croissant pour les productions locales et de qualité. De même, le BP est enrichi par les travaux sur les systèmes agri-alimentaires et se rattachant à la systémique (Vaudois, 2000 ; Praly, 2010). Il s'agit de penser des interactions entre acteurs au-delà du secteur agricole et d'un espace strictement localisé de telle sorte que le bassin de production est qualifié de « système territorial » (Fortunel, 2017 : 93).

Ces évolutions conduisent à un regain d'intérêt pour le bassin de production dans les années 2010 (*ibid.* ; Guillemin, 2020). En 2017, Fortunel publie un ouvrage en vue de « faire le point sur le bassin de production agricole » (Fortunel, 2017 : 83), sur sa définition, son intérêt et ses limites. Mais c'est l'ouvrage de François Sarrazin qui, un an plus tôt, renouvelle et précise l'approche méthodologique et conceptuelle du BP.

### **1.1.2 Le bassin de production selon François Sarrazin**

Le sociologue en renouvelle la définition en réaffirmant sa composante sociale. Le bassin est envisagé comme une « construction sociale » (Sarrazin, 2016 : 21), un espace d'échanges et de négociations où se confrontent des acteurs issus des filières agricoles, de la sphère publique et de la société civile en vue de faire émerger un projet commun autour d'un produit et une « identité sociale et professionnelle » (Guillemin, 2020 : 100). Son succès est conditionné par la coordination des acteurs et par la « qualité des échanges sociaux » (Sarrazin, 2016 : 57). Il est un espace d'échanges et de négociations où émergent des projets collectifs, une vision partagée de la production (Fortunel, 2017).

D'après Sarrazin, le bassin se caractérise par seize éléments ou « facteurs » explicités dans le tableau qui suit (cf. Tableau 13). Les facteurs de 1 à 8 ont « une incidence directe sur le développement des bassins de production agricole », de 9 à 13, ils sont d'« ordre symbolique ». Le facteur 14 correspond aux fonctions sociales, c'est-à-dire aux formes de coordinations existant sur le bassin ; et les facteurs 15 et 16 sont deux ensembles d'acteurs qui incarnent ces fonctions.

Tableau 13 Définitions des seize facteurs composant un bassin de production et identifiés par Sarrazin (2016)

Facteur	Définition
1. Spécificité pédoclimatique	« Réalité physique et agronomique » (Sarrazin, 2016) correspondant aux particularités du sol, du climat, du relief et à leur influence sur les pratiques agricoles. Elle résulte d'une « production humaine collective » et se matérialise par le découpage des Régions Agricoles et des Petites Régions Agricoles par l'INSEE.
2. Système sociotechnique	« Combinaison de moyens de production [...] et de capacités de mise en œuvre de ces moyens par le développement d'apprentissages des savoirs et savoir-faire productifs » (Sarrazin, 2016)
3. Système d'emploi	« Mode spécifique plus ou moins maîtrisé et organisé de mobilisation et de gestion de la main-d'œuvre [...] familiale, [...] locale ou [...] immigrée » (Sarrazin, 2016)
4. Système d'encadrement technique	Ensemble des « initiatives destinées à améliorer la diffusion des connaissances techniques et économiques, [...] conseiller les exploitants agricoles et [...] contrôler la qualité des productions » (Sarrazin, 2016)
Système marchand	Mise en marché des produits, du producteur au consommateur. Elle peut être partagée en trois étapes : la première et la deuxième mise en marché et la distribution (Praly, 2010 : 55).

La première mise en marché ou « expédition » est réalisée par des coopératives, des expéditeurs-producteurs et des expéditeurs privés. Elle vise à mettre en conformité des produits suivant les normes de commercialisation européenne (cf. Chapitre 1, 2.3.1) et à les commercialiser : les légumes en vrac sont regroupés, nettoyés, triés suivant leur calibre, conditionnés puis envoyés aux clients qui sont principalement les GMS (39%), les grossistes (24%) et l'export (30%) (Cavard-Vibert, 2013) et dans une moindre mesure l'industrie agroalimentaire (IAA) et des importateurs étrangers.

Suit ensuite la deuxième mise en marché ou « stade de gros » (Prally, 2010 : 58) et est principalement le fruit des grossistes et des centrales d'achats des GMS. Les lots de grande taille reçus des expéditeurs sont divisés en lots plus réduits et envoyés aux distributeurs, détaillants et restaurateurs. Cette étape peut prendre place dans un marché de gros qui est une plateforme mettant en relation les acteurs du système marchand : grossistes, producteurs, distributeurs, restaurateurs.

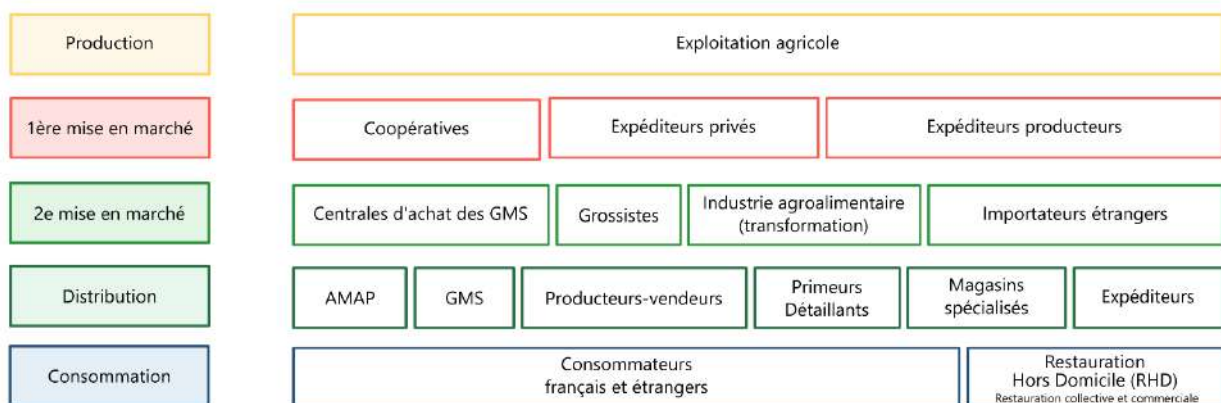
La distribution est la dernière étape de ce processus et va mener le produit jusqu'à son consommateur final. C'est là qu'interviennent les GMS, les primeurs, les enseignes

spécialisés, les détaillants, les vendeurs sur marché, etc.

Ces étapes intermédiaires sont facultatives : plus le nombre d'intermédiaire est réduit, plus le circuit est dit court. Un maraîcher pratiquant la vente directe est ainsi le metteur en marché de sa propre production et directement en lien avec le consommateur final.

François Sarrazin distingue deux types de systèmes marchands suivant leur ampleur géographique : le système local et celui de grande envergure.

Figure 33 Les acteurs du système marchand



Réalisation : Jaume, 2022  
Inspiré de Praly, 2010 et Guillemin, 2020

### 5. Système marchand local

Système de « vente directe ou indirecte dans un espace de proximité géographique » (Sarrazin, 2016) par l'intermédiaire de circuits courts de proximité (Chaffotte & Chiffolleau, 2007)



6. Système marchand de grande envergure	Système de commercialisation impliquant des intermédiaires, des distances importantes, de « gros volumes [et de] l'exportation » (Guillemin, 2020)
7. Système politico-administratif local	Relations « d'émulation, de concurrence, de coopération entre les personnels politiques et administratifs entre les différents élus politiques, entre les différents élus professionnels, entre les différents fonctionnaires » favorisant « des interventions publiques et politiques dans le soutien indirect à l'activité agricole » (Sarrazin, 2016)
8. Système de banque-assurance	« Association de services [qui] permet une régulation économique de l'activité et une mutualisation des risques par l'absorption des variations du marché ou des aléas climatiques, en maintenant l'offre et en organisant la régulation locale du marché » (Sarrazin, 2016)
9. Espace muséographique	Lieux « de mises en scène des activités agroalimentaires [qui] peuvent être fédérés par le concept d'écomusée » (Sarrazin, 2016)
10. Route agritouristique	Circuit à visée touristique autour d'un produit agricole
11. Salon professionnel	« Rencontres professionnelles localisées avec la présentation d'équipements techniques, [...], les démonstrations de matériel »

	(Sarrazin, 2016) et l'organisation de concours agricoles
12. Fête populaire professionnelle promotionnelle	« Événement annuel unique en un lieu donné et à une date fixe entre mai et septembre, [focalisé] sur un produit [...]. Sa mise en scène [vise à] établir un lien de complicité entre les producteurs et les consommateurs, afin qu'ils se fassent les ambassadeurs du produit. » (Sarrazin, 2016)
13. Identité sociale et professionnelle	« Les sentiments d'appartenance, la reconnaissance sociale et la différenciation sociale [liés] à l'expérience vécue des interactions et des interdépendances quotidiennes [et à] la socialisation professionnelle ». Elle consiste à « se représenter de la même façon les enjeux, à accorder du poids et de la valeur à certaines priorités, à partager les mêmes modes de relation avec les autres, les mêmes normes. » (Sarrazin, 2016)
14. Fonctions sociales	Formes possibles de coordination au sein d'un bassin
Fonctions leadorales	« Acteurs, porteurs de l'identité sociale et professionnelle du bassin et [exerçant] une influence dominante et acceptée par l'ensemble du groupe qu'il entraîne et dirige » (Sarrazin, 2016)

Fonctions organisatrices	Acteurs « capables de coordonner l'action individuelle de chacune des composantes du bassin en un tout cohérent et structuré où la logique de l'efficacité domine » (Sarrazin, 2016)
Fonctions entrepreneuriale	Acteurs capables de « reconnaître des opportunités que les autres n'ont pas vues, [d'] accéder et [de] mobiliser des ressources (des alliés, des financements, etc.) pour exploiter ces opportunités, et [de] valoriser leur produit sur le marché » (Sarrazin, 2016)
Fonction identitaire	Acteurs participant au renforcement de la « fierté professionnelle » (Sarrazin, 2016) au travers « du perfectionnement technique et de la réussite commerciale » : cette fonction est souvent « portée par les leaders professionnels » (Sarrazin, 2016).
Fonction orchestratrice	« Acteurs qui expérimentent, expliquent et préconisent ce qu'il faut faire pour que la production soit conforme aux attentes ou aux besoins des marchés » (Sarrazin, 2016). La décision revient aux leaders de suivre ou non ces préconisations. Cette fonction est notamment assurée par les gestionnaires de stations expérimentales.
15. Groupe professionnel dirigeant	« Groupe de personnes en situation de responsabilités directes au sein des structures opérationnelles du bassin » (Sarrazin, 2016) : ils remplissent les fonctions

	sociales citées précédemment et « assure, de fait, la coordination du bassin » (Sarrazin, 2016).
16. Milieu innovateur	Organismes œuvrant à la « production de connaissances scientifiques » (Guillemin, 2020) tels que des Unités mixtes de recherche (UMR) et les unités mixtes technologiques (UMT)

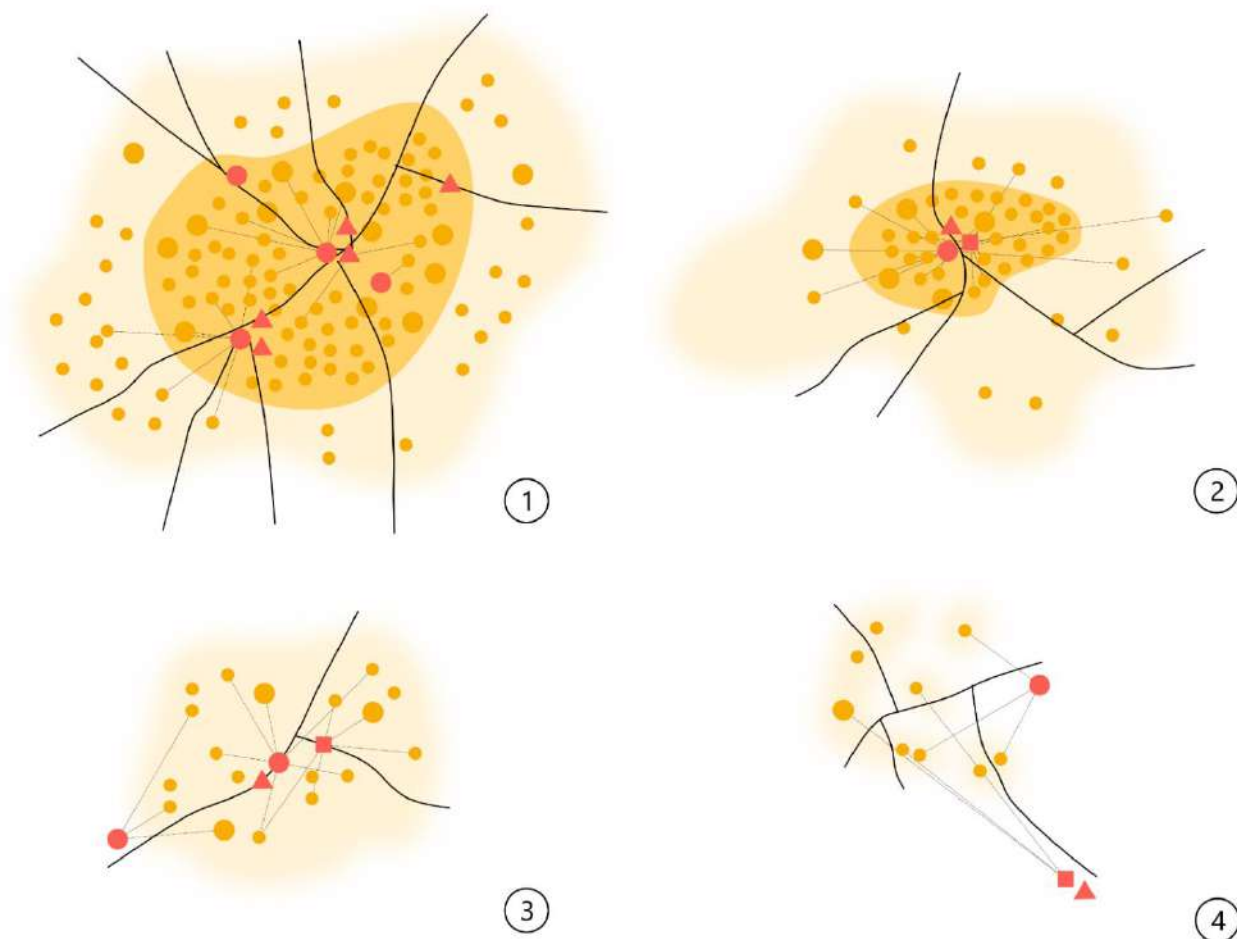
### 1.1.3 Une typologie : du bassin au micro-bassin

François Sarrazin élabore, en outre, une typologie où il distingue quatre types de bassin suivant le degré de structuration des acteurs et leur distribution spatiale (Sarrazin, 2016) :

- Le bassin régional renvoie aux « vastes ensembles productifs spécialisés » (Sarrazin, 2016).
- Le bassin de production est une « entité autonome » qui rend compte des seize facteurs (Sarrazin, 2016).
- Le micro-bassin désigne les « zones de production relativement développées, où la proximité géographique entre les producteurs est forte mais rattachée à un ensemble beaucoup plus vaste, où l'encadrement technique et la présence des structures de transformation et/ou de commercialisation génèrent un espace de proximité organisée » (Sarrazin, 2016).
- Une zone de production se caractérise par une production peu dense, des acteurs distants géographiquement et peu engagés dans des démarches collectives. La production laitière en Sologne est prise comme exemple : les exploitations sont peu nombreuses, isolées les unes des autres et éloignées des services de conseil technique. Entre les éleveurs, l'entraide est rare et il n'existe pas de structure collective qui la favoriserait.

Figure 34 Représentation schématique des types de bassin de production identifiés par Sarrazin (2016)

## Une typologie des bassins de production



### Structuration du bassin

- Producteurs
- Coeur du bassin
- Périphérie
- Axes routiers
- Flux
- Usine de transformation
- Plateforme de commercialisation (Marché de gros)
- ▲ Service de conseil technique

### Types de bassin

- ① Bassin de production régional
- ② Bassin de production
- ③ Micro-bassin
- ④ Zone de production

Réalisation : Jaume, 2022  
 Schéma du bassin de production inspiré de Guillemain, 2020  
 Autres schémas réalisés d'après la typologie de Sarrazin, 2016

Les propositions de François Sarrazin ont eu un écho en géographie et sociologie et ont donné lieu à des études de cas : sur le kiwi de l'Adour, le chasselas de Thomery (Sarrazin, 2016), sur le maraîchage en Normandie (Guillemain, 2020) et sur le riz du Rio Grande do Sul au Brésil (Fortunel, 2018).

Ce regain d'intérêt s'explique pour plusieurs raisons.

Il offre une approche transversale capable de saisir les mutations contemporaines des systèmes productifs agricoles, l'insertion dans la mondialisation, la diversification des modes de production, les coordinations multi-acteurs, les dynamiques de relocalisation et de reterritorialisation de l'agriculture (Rieutort, 2009). Il permet d'aborder ensemble les questions agricoles et alimentaires et, dans un autre ordre d'idée, l'agriculture biologique et conventionnelle (Guillemin, 2020).

En invitant à considérer l'ancrage d'une filière dans l'espace, il permet une approche spatialisée des questions agricoles et alimentaires (Fortunel, 2017) : « aussi bien du point de vue du bassin que du point de vue de la filière, l'utilité pour le géographe est forte. [Le bassin] renvoie à des configurations spatiales spécifiques qui, faute d'être définies précisément, peuvent laisser penser à un vide sémantique » (*ibid.* : 13). Guillemin soutient cette même thèse en montrant que la mobilisation des notions de bassins et de micro-bassins ouvre sur l'étude des « dynamiques socio-territoriales agri-alimentaires » (Guillemin, 2020).

C'est donc en raison de leur dimension transversale, spatiale et descriptive que ces notions sont mobilisées pour décrire les terrains d'étude et les productions d'oignons et d'écotypes locaux qu'ils accueillent.

## **1.2 SOURCES UTILISÉES**

La présentation des terrains d'étude s'appuie sur différentes sources. Notons, en préalable, que les entretiens ont été des sources d'information privilégiées, notamment lorsque les interrogés s'exprimaient sur l'évolution et la situation du maraîchage local, en bio et en conventionnel. Pour montrer leur apport, la présentation sera étayée par des verbatims (*ibid.*). Cela s'inscrit, en outre, pleinement, dans le projet de la thèse de conduire une lecture compréhensive de la production d'oignons, fondée sur les discours des acteurs.

### **1.2.1 Dans les Pyrénées-Orientales**

La contextualisation du micro-bassin de l'oignon de Toulouges s'appuie sur des informations issues :

- Des portails cartographiques et statistiques de FranceAgriMer, d'Agreste et de l'INSEE ;
- De la presse quotidienne régionale et, notamment, de l'Indépendant ;

- De publications scientifiques en géographie, en aménagement, en agronomie, en économie ou en histoire portant sur le maraîchage local (Arbos, 1910, 1933 ; Desboeufs, 1935 ; Vigo, 1936 ; Peyrière *et al.*, 1938 ; Marez, 1952 ; Sirach, 1974 ; Bordell, 1976 ; Delpech, 1997 ; Lesur-Dumoulin, 2018) et qui font de ce dernier un objet relativement bien documenté depuis la fin du XIXe siècle ;
- Des documents institutionnels : schémas de planification et publications de la Chambre d'Agriculture. La Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales a publié dans les années 2010 un agenda où des pages étaient consacrées à des productions locales. L'une d'elle porte sur l'oignon de Toulouges et donne des informations sur le goût, l'aspect, l'histoire, le niveau de production ;
- Des monographies de communes, notamment de Perpignan, Toulouges, Prades, St-Cyprien, Pézilla-la-Rivière, Ille-sur-Têt et Espira-de-l'Agly (Serres, 1979 ; Wolff, 1985 ; Cros, 2001 ; Pellicier, 2003 ; Delonca & Delonca, 2004 ; Carrère, 2005 ; Brunet, 2014 ; Moutet, 2016 ; Bile, 2020)
- Des guides touristiques (Vidal, 1899) ;
- Des ouvrages sur la cuisine catalane (Thibaut-Comelade, 1998 ; Torrès, 2014 ; Thibaut-Comelade, 2017). Les principales sources proviennent d'Eliane Thibaut-Comelade, malheureusement disparue en 2021. Originaire d'un village proche de Prades, cette ancienne professeure s'était consacrée depuis les années 1950 à la cuisine catalane. Elle parcourait le département à la recherche de recettes, d'archives et de savoir-faire culinaires. Ses recherches ont donné lieu à environ cinquante livres dont des livres de recettes. Elle organisait, en parallèle, des conférences et des ateliers de cuisines. Le parcours de ses ouvrages dans les médiathèques de Perpignan et de Prades a permis de relever des références ponctuelles à l'oignon de Toulouges ;
- Des sites internet de semenciers, de particuliers ou d'associations telles que Slow Food dans le cadre du programme de l'Arche du Goût<sup>29</sup>.

Si l'activité maraîchère est documentée, la production d'oignons de Toulouges l'est beaucoup moins (cf. Chapitre 2, 4.4). La principale difficulté tient au fait que ces écrits sont des sources secondaires et s'appuient sur des témoignages oraux ou sur des sources, elles-aussi, secondaires. Les sources primaires ne sont pas explicitement citées.

---

<sup>29</sup> Présentation de l'oignon rouge de Toulouges par la fondation Slow Food, accessible par le lien suivant : <https://www.fondazione Slow Food.com/en/ark-of-taste-slow-food/toulouges-red-onion/>

### 1.2.2 Dans la région de Bamberg

La contextualisation du terrain bambergeois s'appuie sur des sources similaires mais dont le nombre est bien plus élevé que dans les Pyrénées-Orientales et qui font du maraîchage bambergeois un sujet abondamment documenté depuis le XIXe siècle :

- Des ouvrages de recherche : ces livres, mémoires, thèses et articles adoptent une approche statistique et économique, agronomique (Dürnwächter, 1923), historique et ethnographique et mêlent fréquemment apport théorique et contenu pratique en donnant des pistes d'amélioration ou en faisant de la prospective (*ibid.*). Les écrits plus récents, de la seconde moitié du XXe siècle, s'appuient sur la littérature existante et ajoutent des éléments contemporains (Wecker, 1920 ; Dürnwächter, 1923 ; Söllner, 1969 ; Düsel, 1977 ; Zink, 1988 ; Schmitt, 1988 ; Lessmeister, 2009 ; Keech & Redepenning, 2020).
- Des documents issus d'institutions publiques, notamment agricoles : schémas d'aménagement, rapports et diagnostics. Citons les publications du LfL (LfL, 2020), de la Ville de Bamberg dans le cadre du label UNESCO, du *Land* bavarois dans un projet sur la *Kulturlandschaft* (paysage culturel) ainsi que des statistiques publiées l'État Allemand et le Land de Bavière ;
- Des sources provenant d'associations ou de particuliers et prenant la forme de synthèses historiques, de dictionnaire dialectaux (Mannbart, 2004 ; Wussmann, 2016) ou de guides touristiques (Dengler-Schreiber, 2013). À l'instar de l'oignon de Toulouges, Slow Food a rédigé sur présentation sur la BBZ lorsqu'elle a été intégrée à l'Arche du Goût (*die Arche des Geschmacks*)<sup>30</sup>.

## 2 DEUX MICRO-BASSINS DE PRODUCTION

Cette partie contextualise la production d'oignons de Toulouges et de *Bamberger birnenförmige Zwiebel* à partir de la notion de micro-bassin (Sarrazin, 2016). L'enquête montre en effet que ce type de bassin correspond le mieux aux traits des filières des deux écotypes. La présentation reprend la définition donnée par Sarrazin et montre qu'il s'agit de productions « relativement développées », insérées dans un bassin de production maraîcher

---

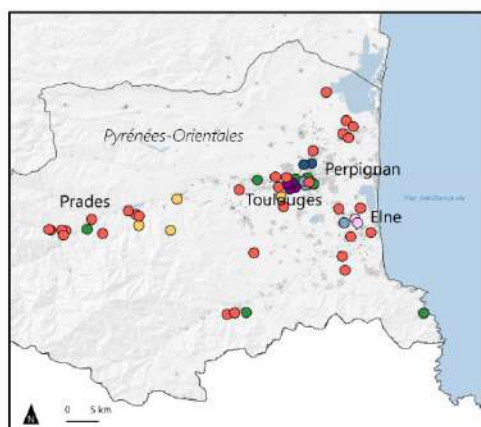
<sup>30</sup> Présentation de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* par Slow Food, accessible par le lien suivant : [https://www.slowfood.de/was-wir-tun/arche\\_des\\_geschmacks/die\\_arche\\_passagiere/bamberger-birnfoermige-zwiebel](https://www.slowfood.de/was-wir-tun/arche_des_geschmacks/die_arche_passagiere/bamberger-birnfoermige-zwiebel)



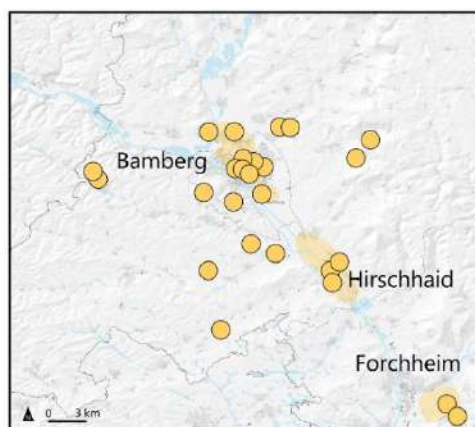
plus vaste et marquées par une proximité géographique des acteurs et par une moindre structuration collective. Les périmètres des micro-bassins ont été définis au fil de l'enquête et correspondent aux espaces où la production de légumes et d'écotypes locaux est la plus dense.

Les deux micro-bassins sont présentés en parallèle afin de favoriser leur comparaison. Cette restitution terme-à-terme permet l'identification de différences et de points communs entre les productions d'écotypes locaux et d'oignons dans la région de Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales.

Figure 35 De la zone d'étude au bassin maraîcher



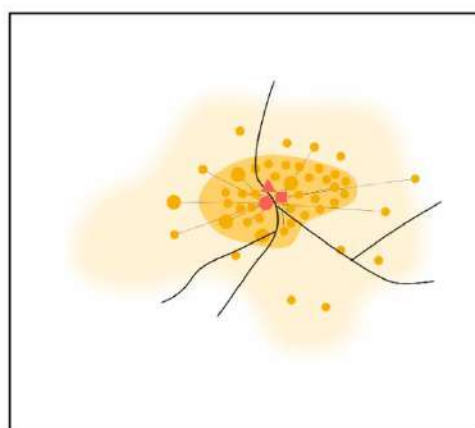
Réalisation d'entretiens avec les acteurs de la production d'oignons



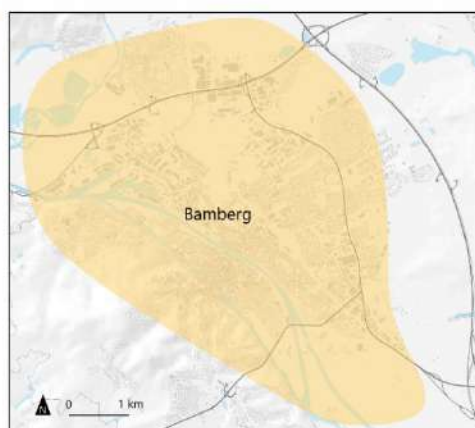
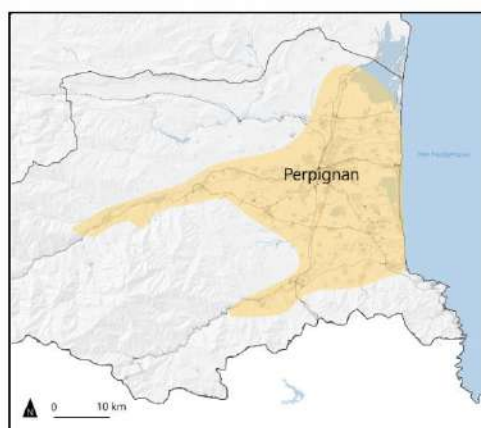
Identification de maraîchers et, notamment, ceux produisant de l'oignon



Familiarisation avec les espaces culturels et politiques suscitant un sentiment d'appartenance local



Définition du bassin maraîcher par F. Sarrazin (2016)



Délimitation d'un bassin maraîcher sur les zones d'étude

Réalisation : Jaume, 2023

Le recours au bassin et au micro-bassin de production a une fonction, avant tout, documentaire et descriptive. C'est, d'ailleurs, la fonction première voire la limite que prête François Sarrazin à ces notions : « Le concept de bassin de production se limite à une approche descriptive et à l'impossibilité de mise en évidence des facteurs de coordination » (Sarrazin, 2016 : 154).

Une importance particulière sera donnée à la présentation des bassins maraîchers à partir des seize facteurs identifiés par Sarrazin (*ibid.*). L'intérêt est documentaire et réside dans le fait que les thèses et ouvrages centrés sur le bassin maraîcher des Pyrénées-Orientales sont relativement anciens et parfois inaccessibles sur Internet : il est pertinent de reprendre leur propos et de le compléter par des données contemporaines. De même, les ouvrages sur le bassin maraîcher de Bamberg sont en allemand. Les sources en français sont très ponctuelles et sont souvent issus de guides de voyage ou de brochures touristiques. Il me paraît, de ce fait, intéressant de présenter, sous l'angle du bassin de production, les activités autour des légumes et du maraîchage dans la région de Bamberg. Enfin, ce retour est motivé par le fait que de nombreux interrogés dans les Pyrénées-Orientales et dans la région de Bamberg ont fait référence à l'histoire du bassin maraîcher.

Les informations données dans cette partie seront synthétisées ensuite dans un tableau, suivant une méthode proposée par Pierre Guillemain dans sa thèse (Guillemain, 2020) (cf. Tableau 17, Tableau 18), et dans une carte (cf. Figure 37, Figure 40, Figure 48, Figure 49).

## **2.1 DES ZONES DE PRODUCTION « RELATIVEMENT DÉVELOPPÉES » (SARRAZIN, 2016)**

### **2.1.1 L'oignon et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* à Bamberg**

#### **2.1.1.1 L'oignon à Bamberg : une culture historique**

L'oignon est une production structurante à Bamberg depuis le Moyen Âge jusqu'à son déclin au cours du XXe siècle. Une parcelle d'oignons à Bamberg est mentionnée, pour la première fois, en 1444. À partir du XVe siècle, la ville se spécialise dans cette production et, plus encore, dans celle de graines d'oignons. Les oignons et leurs graines sont exportés dans toute l'Europe. La production fait l'objet de spéculations. Les prix fluctuent si bien que les autorités municipales en viennent à la réglementer. Un Bureau Municipal d'Inspection des Semences est créé au début du XVIIe siècle afin de contrôler et de structurer la vente de graines d'oignons (Raschke, 2015). En 1670, un décret municipal n'autorise que les membres de la corporation des maraîchers bambergeois à cultiver des oignons et introduit un volume

maximal de production. Dix-huit ans plus tard, la ville fixe un prix de vente pour stabiliser les cours.

La culture de l'oignon prospère jusqu'au début du XXe siècle (Dürrwächter, 1923 ; Unterer Gärtnerverein Bamberg e.V, 2012). En 1804, Bamberg exporte trente tonnes de semences et, en 1874, Karl Koch écrit : « Un autre produit qui est très cultivé à Bamberg est l'oignon. Sur 6 à 800 hectares, on en cultive plus de 10 000 boisseaux, [environ 400 m<sup>3</sup>]. Parmi les variétés utilisées pour la culture, citons les variétés rondes jaune paille, jaune soufre et rouge sang, qui sont demandées à l'exportation et constituent un article de commerce important. »<sup>31</sup> Cinquante ans après, en 1923, l'agronome Dürrwächter confirme : « Outre la réglisse, les plantes cultivées les plus anciennes et les plus importantes sont la marjolaine et l'oignon (*Allium Cepa*), - et c'est pourquoi encore aujourd'hui, les habitants de Bamberg sont appelés les "Zwiebeltreter" »<sup>32</sup> (Dürrwächter, 1923). Pour lui, l'oignon est une production à haut rendement et haute valeur ajoutée mais elle demande d'importants coûts de production et de main d'œuvre : ce seraient même les plus élevés des légumes cultivés à Bamberg (*ibid.*).

La surface et le volume de la production d'oignons diminuent, cependant, à partir de la seconde moitié du XIXe siècle. Alors qu'elle aurait représenté 200 hectares en 1620 (Raschke, 2015), la production s'étend sur 11 hectares en 1923 (Dürrwächter, 1923 : 49) et 0,4 hectares en 2020<sup>33</sup>. L'oignon représente 3,3% des surfaces légumières en 1923 et aujourd'hui<sup>34</sup>.

Tableau 14 Surfaces occupées par la culture de légumes en 1923 d'après Ludwig Dürrwächter (1923)

Espèces	Surface (en hectare)
Oignon	11
Carotte	70

---

<sup>31</sup> Texte original : « Ein weiterer Artikel, welcher in Bamberg sehr stark gebaut wird, ist die Zwiebel. Auf 6—800 Morgen werden über 10,000 Scheffel gebaut und der Scheffel durchschnittlich um 5 Thlr. verkauft Als zum Anbau verwendete Sorten sind die strohgelben, schwefelgelben und blutrothen runden Sorten zu nennen, welche zur Ausfuhr verlangt werden und einen bedeutenden Handelsartikel bilden. » (Koch, 1874: 177) (traduction de l'auteur)

<sup>32</sup> Texte original : « Neben ihr (Sußholz) sind als älteste und wichtigste Kulturpflanzen Zwiebeln (*Allium Cepa*) noch heute heißen die Bamberger "Zwiebeltreter" und Majoran zu nennen » (traduction de l'auteur)

<sup>33</sup> Source : Recensement agricole allemand, De Statis, 2020

<sup>34</sup> Estimation faite d'après les données du Land de Bavière et de De Statis qui estiment à 12 et 0,4 hectares la surface occupée par des cultures respectivement de légumes et d'oignons dans la ville de Bamberg.

Choux (chou frisé, chou-rave, chou blanc)	76
Haricots verts	15.6
Asperge	25
Salade	33
Epinards	33
Pomme de terre	385
Céréales	335
Blé	545
Légumes	333
Source : Dürrwächter, 1923	

Au-delà de son rôle économique, la culture d'oignons revêt à Bamberg une « fonction identitaire locale » (Sarrazin, 2016). Il existait un proverbe au début du XVIIe siècle qui disait : « tu es aussi naïf qu'un oignon de Bamberg à neuf peaux »<sup>35</sup> (Dürrwächter, 1923 : 49). De plus, à l'instar de Ludwig Dürrwächter, de nombreux interrogés mentionnent le surnom des Bambergeois : les *Zwiebeltreter* (les piétineurs d'oignons), en référence à la pratique qui consistait à marcher sur les plants d'oignons pour éviter leur montée en graines. Le *Zentrum Welterbe* (Centre du patrimoine mondial) a comme mascotte, *Zwiebert*, un oignon armé d'un râteau et qui apparaît lors d'évènements et d'opérations de communication.

*Illustration 4 Zwiebert, la mascotte du Centre du patrimoine mondial de Bamberg (source : Page Facebook du Zentrum Welterbe Bamberg)*



<sup>35</sup> Texte original : « du bist so einfältig als ein neunhäutiger Bamberger Zwiebel » (traduction de l'auteur)

### 2.1.1.2 La Bamberger birnenförmige Zwiebel

La *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est un écotype d'oignon qui, comme son nom l'indique, est en forme de poire et qui est cultivé actuellement à Bamberg par environ huit producteurs. En 1955, le pépiniériste Hoffmann la fait inscrire dans le catalogue allemand des variétés dans la liste principale au nom de « Birnförmige ». La firme hollandaise Enza Zaden est aujourd'hui le principal fournisseur de graines et, depuis 2015, le seul mainteneur officiel de la variété<sup>36</sup>.

L'histoire de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* reste floue. Parmi les interrogés, personne ne sait véritablement depuis quand cet oignon allongé y est cultivé. Les sources écrites sont rares : on en trouve des traces dans les écrits des deux agronomes précédemment cités. Koch écrit en 1874 :

*« L'oignon allongé en forme de poire [längliche Birnzwiebel], appelé Gochscheimer, est moins cultivé dans les jardins, et n'est utilisé que localement, car il est peu demandé à l'extérieur. Il est moins dur que les autres et ne supporte pas bien le transport. Les graines d'oignons des variétés mentionnées sont cultivées en grande quantité et constituent également un excellent article commercial. »<sup>37</sup> (Koch, 1873 : 177)*

Ludwig Dürrwächter fait, de même, en 1923 :

*« Les variétés connues ici sont : la "Zittauer Riesen" jaune et ronde (c'est la plus répandue ici), la longue "Birnzwiebel", la "Gochscheimer Große". »<sup>38</sup> (Dürrwächter, 1923 : 49).*

L'auteur explique que l'oignon est récolté en août, séché directement sur les champs et vendu sur les marchés ; et que c'est dans la ville que se concentre la production de graines, de bulbes et de plants.

---

<sup>36</sup>Voir le « Registre européen des indications géographiques, eAmbrosia » sur le site Internet de la Commission Européenne et accessible par le lien suivant : <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

<sup>37</sup> Texte original : « *Die längliche Birnzwiebel, sogenannte Gochscheimer, wird weniger, meist nur in Gärten gebaut, auch nur lokal verwendet, weil nach Außen geringverlangt. Sie ist weniger hart, als die anderen, und verträgt den Transport nicht gut. Zwiebelsamen von den genannten Sorten wird in großer Menge gebaut und bildet ebenfalls einen hervorragenden Handelsartikel.* » (traduction de l'auteur)

<sup>38</sup> Texte original : « *an sorten sind hier bekannt : die gelbe runde "Zittauer Riesen" (diese ist hier am verbreitetsten) ausserdem die lange "Birnzwiebel", die "Gochscheimer Grosse".* » (traduction de l'auteur)

Dans les discours des acteurs, la BBZ est inclus dans un ensemble d'écotypes locaux provenant de Bamberg, les « légumes bambergeois » (*Bamberger Gemüse*). Elle cohabite avec le chou frisé, l'ail, la pomme de terre Hörnla et le radis qui sont tous affublés de l'adjectif *Bamberger*. Ainsi, dans les représentations, la BBZ est associée à la ville dont elle porte le nom. Les Zonages à dire d'acteurs (ZADA) confirment l'association étroite entre la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* à la ville dont elle porte le nom (cf. Chapitre 6, 3.1).

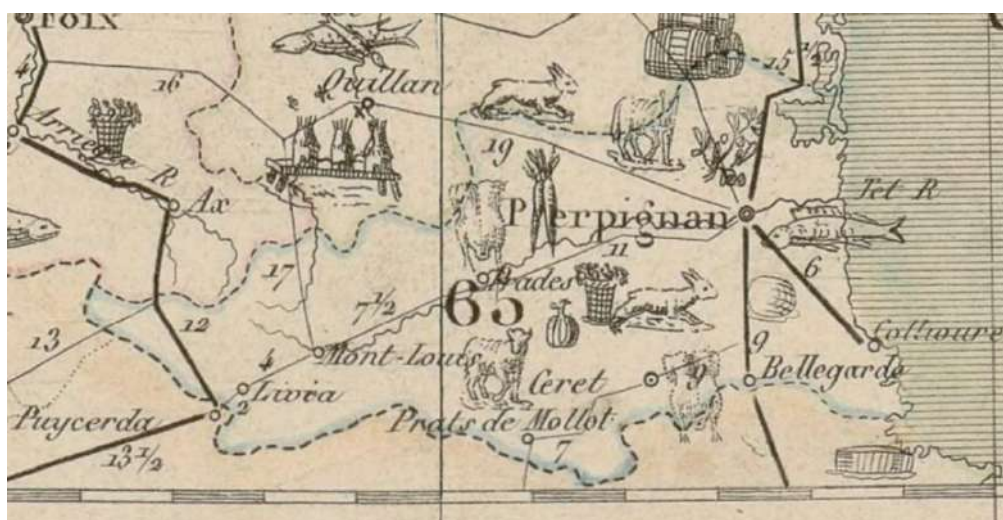
Le caractère modeste de sa production conduit à nuancer son rôle économique mais l'enquête montre que l'écotype revêt une fonction identitaire et sociale dans la mesure où il participe à la représentation de la ville en tant que cité maraîchère.

## 2.1.2 Dans les Pyrénées-Orientales

### 2.1.2.1 La culture d'oignons dans les Pyrénées-Orientales

D'après les sources statistiques et les études consultées, l'oignon est un produit important mais non majeur au sein du bassin maraîcher et ce, depuis son émergence au XIV<sup>e</sup> siècle. Seule la *Carte gastronomique, routière et administrative* de la France publiée par Monin en 1830 semble contredire cette affirmation : alors que l'auteur associe chaque secteur à un produit, il est possible de distinguer, au sud de Prades, un oignon. Notons toutefois que les autres produits symbolisant les Pyrénées-Orientales sont eux-aussi paradoxaux pour un lecteur actuel : les poissons, volailles, lapins et carottes seraient ainsi emblématiques du département, démontrant que les spécialités locales ne sont pas ancrées de manière ahistorique dans un territoire ou interrogeant sur le critère de choix des produits représentés.

Illustration 5 Un oignon sur la « Carte gastronomique, routière & administrative de la France » de Monin éditée en 1830

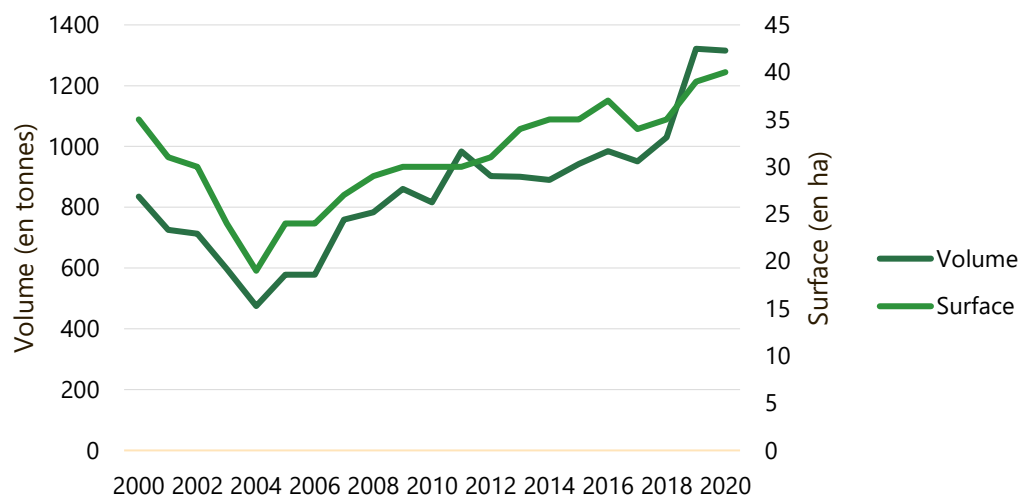


En 1938, l'oignon est le sixième légume occupant le plus de surfaces au niveau du département : cette surface, bien que significative, est, de loin, inférieure à celle occupée par la salade, les haricots verts, les petits pois et les tomates. Avec ses 250 hectares, elle occupe 4,5% des surfaces en plein champ (Peyrière *et al.*, 1938). L'oignon est alors destiné à la fois à la consommation locale et à l'expédition et ce, de février à septembre (*ibid.*).

En 1976, Geneviève Bordell s'appuie sur les apports au marché de gros de Perpignan et évalue ainsi à 314 tonnes la quantité d'oignons moyenne livrée entre 1970 et 1975 : une moyenne qui cache des volumes très variables, oscillant entre 192 et 377 tonnes chaque année. Ces apports proviennent de propriétaires exploitants et de ramasseurs qui récoltent la marchandise auprès de propriétaires et les apportant au marché de gros. Au global, cela en fait le quinzième légume le plus livré sur le marché loin derrière le céleri, la salade, la tomate, le haricot vert, la pomme de terre, mais devant la courgette, l'aubergine, la carotte, le fenouil et les concombres (Bordell, 1976).

En 2020, la production d'oignons dans les Pyrénées-Orientales atteint les 1315 tonnes et s'étend sur 40 hectares : après une baisse au début du siècle, les valeurs sont en augmentation depuis 2004.

Graphique 5 Évolution de la surface et du volume de la production d'oignons dans les Pyrénées-Orientales entre 2000 et 2020



Source : Agreste, Recensement agricole

Les acteurs enquêtés considèrent cette production comme secondaire : un constat confirmé par le Recensement agricole qui indique qu'1,8% des oignons produits en France viennent du département. La production d'oignons est dès lors diversifiée : des oignons jaunes, blancs et rouges, vendus secs ou tendre. Aucune exploitation spécialisée dans l'oignon n'a été



identifiée durant l'enquête. Plusieurs écotypes locaux et originaires de Catalogne y sont cultivés : l'oignon de Figueres, le Bronzé d'Amposta, le *calçot*, un oignon tendre récolté à la fin de l'hiver et dont la culture à Valls en Espagne est certifiée par une AOP. C'est, néanmoins, l'oignon de Toulouges qui retient ici notre attention.

### **2.1.2.2 L'oignon rouge de Toulouges : un premier portrait**

L'oignon rouge de Toulouges est un écotype spécifiquement cultivé dans les Pyrénées-Orientales. Il tire son nom d'une commune proche de Perpignan et est reconnaissable à sa couleur rosée, sa taille imposante et à son goût doux et sucré. Dans *La Cuisine catalane*, Eliane Thibaut-Comelade (2017) en donne une définition sur le modèle d'un dictionnaire :

*« L'oignon rouge de Toulouges : oignon doux très craquant. C'est une production maraîchère cultivée toujours en complément (exemple : tomate, fraise + oignon rouge). Une trentaine de maraîchers assure cette culture d'appoint dans les secteurs de Toulouges, le Soler, le bassin du Tech, la Têt, Elne et Argelès. Vendus en vrac, en paquet lié, en tresse (difficile à trouver à cause du coût). La production s'étale de juillet à septembre. C'est un élément important des salades catalanes. »*  
(Thibaut-Comelade, 2017 : 11)

Bien que non exhaustif, le recensement effectué pendant la thèse a permis d'identifier plus de quatre-vingt producteurs. Leur volume de production est très inégal : de quelques centaines d'oignons par an à plusieurs milliers. Trois producteurs sont mentionnés par les enquêtés comme étant les plus importants et exercent ainsi une « fonction entrepreneuriale » (Sarrazin, 2016) dans le micro-bassin. Graines et plants d'oignons sont produits dans les Pyrénées-Orientales, par des maraîchers, par d'anciens agriculteurs à la retraite et par des pépiniéristes. Depuis les années 2010, le marché de la graine de l'oignon de Toulouges a vu l'arrivée de groupes semenciers nationaux comme Graines Del País, Agrosemens et Ducrettet.

L'origine de l'écotype est floue. D'après les sources consultées et le témoignage d'un pépiniériste qui dit produire de la semence depuis quatre générations, l'oignon de Toulouges daterait de la fin du XIXe siècle dans un contexte de fort développement du maraîchage dans les Pyrénées-Orientales.

Dans son *Dictionnaire gourmand des saveurs catalanes*, Pierre Torrès consacre une page à l'« oignon rouge de Toulouges ». Il donne des éléments historiques sur cet écotype qui, selon lui, « se distingue par sa couleur nacrée et sa douceur » (Torrès, 2014). Il fait remonter la

variété au début du XIXe siècle et cite deux écrits mentionnant à cette époque des oignons à Toulouges. En 1805, un homme aurait été agressé avec un oignon sur la commune. L'évènement marque les esprits si bien qu'en 1814, un arrêté municipal « prohibe le jet d'oignons, considérant que, tiré à distance peu éloignée et avec violence, l'oignon peut produire un effet plus pernicieux qu'une pierre [...]. À compter de ce jour, il est expressément défendu à tout individu, soit habitant de la commune, soit voisin de tirer des oignons aux personnes qui passent dans la rue » (*ibid.*). La situation est cocasse mais rien ne dit qu'il s'agit d'oignons de Toulouges même si la taille de ces derniers pourrait les rendre parfaitement aptes à constituer une arme.

Un dernier document aurait pu fournir des renseignements sur l'histoire de l'écotype. Un rapport réalisé par des étudiants de l'IUT de Perpignan au début des années 2000 est mentionnée par plusieurs interrogés mais personne ne sait où trouver un exemplaire<sup>39</sup> :

*« La seule chose qu'il y avait c'était justement ce rapport qui était un état des lieux. Il faudrait aller voir s'il a pas été jeté. Mais malheureusement, c'est fini les archives. » (C4)*

Quoi qu'il en soit, les entretiens et la documentation sur le sujet montrent que l'oignon de Toulouges est associé à des pratiques et de ces représentations collectivement ancrées et endosse ainsi une « fonction identitaire locale » (Sarrazin, 2016). Parmi ces représentations, celle associant l'oignon à une salade de tomates semble incontournable :

*« Le Toulouges, c'est un oignon d'été. C'est un oignon frais que l'on mange en été, sur le mois de juillet et le mois d'août. Voilà, c'est des oignons de salade d'été avec la tomate. Voilà, ça, c'est le vrai Toulouges. » (P2)*

Cette fonction sociale de l'écotype se manifeste également par l'organisation annuelle par la municipalité de Toulouges et par l'association des artisans et commerçants de la ville d'une fête de l'oignon rouge. Cet évènement donne lieu à un concours du plus gros oignon et à la préparation d'une omelette géante.

Ce premier aperçu montre que l'oignon de Toulouges et la BBZ sont associés à des « zones de production relativement développées » (Sarrazin, 2016) du fait de leur fonction

---

<sup>39</sup> Malgré des recherches en ce sens, ce document n'a pas pu être consulté.

économique et sociale. Ce caractère relatif tient à leur volume de production réduit, au flou autour de l'histoire des écotypes et à leur dépendance vis-à-vis d'un bassin maraîcher plus vaste.

## **2.2 UN MICRO-BASSIN LIÉ À UN BASSIN DE PRODUCTION PLUS VASTE ET STRUCTURÉ**

### **2.2.1 Un bassin de production maraîcher : de la plaine du Roussillon aux Pyrénées-Orientales**

À côté de la viticulture et de l'arboriculture, le maraîchage fait figure de culture historique dans l'est des Pyrénées-Orientales depuis le XIV<sup>e</sup> siècle (cf. Figure 37). La présence de jardins maraîchers autour de Perpignan et de confréries de jardiniers est attestée dès le XIV<sup>e</sup> siècle (Delpech, 1997). Un texte de 1347 fait référence à l'« *orta* » de Perpignan qui s'étend du lieu-dit de Ste Eugénie au Soler jusqu'au quartier du Vernet à Perpignan. On y cultive du poireau, du chou, du navet, de la vigne, des oliviers et des céréales (Peyrière *et al.*, 1938).

Du fait des défrichements et de l'assèchement d'étangs, la ceinture horticole autour de la ville ne cesse de croître. Elle passe de 80 à 130 hectares dans le seul XVIII<sup>e</sup> siècle (Delpech, 1997). Le maraîchage se concentre autour des espaces urbains, le reste de la plaine du Roussillon étant orienté vers les céréales, la vigne et l'élevage (Peyrière *et al.*, 1938). Entre le XV<sup>e</sup> et le XVIII<sup>e</sup> siècle, le développement du secteur est ralenti par des guerres et des périodes d'occupation. Cela n'empêche pas qu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, près d'un Perpignanais sur sept soit jardinier-maraîcher (Canet, 1966) : la part restante travaille souvent dans l'artisanat (Delpech, 1997). À cette époque, selon le jardinier Pierre Poeydavant (1778), ce sont les pois, fèves, haricots qui prévalent à destination d'une consommation locale (Delpech, 1997 ; Peyrière *et al.*, 1938), à côté des oignons, des épinards, des blettes, des carottes et des fraises. L'arboriculture reste rare selon ce même jardinier.

Le maraîchage se développe considérablement au XIX<sup>e</sup> siècle avec la construction de routes et de voies ferrées telles que celle entre Narbonne et Perpignan en 1858. Ces infrastructures permettent l'exportation de légumes primeurs dans le reste de la France et en Europe et assoient le développement d'un système marchand de grande envergure sur lequel nous reviendrons par la suite.

Perpignan, Elne, la région du « Ribéral » entre Pézilla-la-Rivière et Ille-sur-Têt et l'aval du Tech polarisent les activités (Arbos, 1910) mais le Vallespir et l'amont de la Têt voient également

s'étendre le maraîchage (Peyrière *et al.*, 1938). « Le département des Pyrénées-Orientales est alors à la tête des départements méridionaux pour la production maraîchère » (*ibid.*). L'agglomération perpignanaise compte plus de 900 hectares de terres maraîchères en 1850 (Delpech, 1997). Elles se répartissent dans les secteurs des Jardins de St-Jacques, du Vernet au nord, de St-Assisclè à l'est et de St-Gaudérique à l'ouest (Wolff, 1985 : 26). L'intensification de la production va de pair avec une spécialisation dans la laitue, la scarole, la tomate, la pomme de terre primeur. De nombreuses exploitations s'organisent autour d'une rotation entre la salade, l'hiver et la tomate, l'été (Bordell, 1976). Les associations de cultures sont fréquentes. Une pratique répandue au début du XXe siècle et s'observant ponctuellement encore aujourd'hui consiste à cultiver des légumes dans des vergers et de semer des salades ou du persil aux pieds de pêchers et d'abricotiers (Desboeufs, 1935).

En 1934, l'historien Charles Flahaut estime que les jardins maraîchers font « l'honneur et la richesse de la plaine du Roussillon » (Flahaut, 1934) et en recense près de 4 700 hectares dans le département. La production maraîchère dépasse la simple plaine et s'étend le long des fleuves Tech et Têt. En 1938, Peyrière écrit : « la région de Prades, nouvelle venue à la culture maraîchère, a vu s'incorporer dans le régime de la polyculture en usage, les cultures de salades, d'artichauts, de petits pois, de haricots » (Peyrière *et al.*, 1938). L'achèvement de la voie ferrée entre Prades et Perpignan en 1879 facilite l'expédition de la production et conduit à réorienter l'agriculture si bien que le maraîchage devient un « vecteur de prospérité » après 1914 (Cantareil, 1978). Des structures de transformation et de commercialisation se multiplient pour offrir des débouchés aux producteurs : citons les conserveries de tomates d'Elne, Perpignan, St Estève (Peyrière *et al.*, 1938) et des coopératives.

Après une décennie 1930 difficile économiquement, les activités reprennent au sortir de la Seconde Guerre mondiale en vue d'une « modernisation » agricole (Sirach, 1974). Sirach évoque en des termes élogieux le développement des hybrides, des abris plastiques, des intrants chimiques et de l'irrigation : « désormais, le processus de modernisation et de rénovation est entrepris et l'essor promet d'être assez rapide grâce à l'effort fourni. Les progrès technologiques sont remarquables » (Sirach, 1974 : 120). Les monocultures conventionnelles et inscrites dans des circuits longs ont le vent en poupe (Bordell, 1976 ; Sirach, 1974). En 1975, le maraîchage est à l'origine de 20% du produit brut agricole des Pyrénées-Orientales et hisse le département au dixième rang des plus gros départements producteurs de légumes (*ibid.*).

Depuis, la filière maraîchère se transforme avec l'ouverture du marché européen, la mondialisation de la production de légumes, la remise en cause du modèle productiviste et le développement des circuits courts. Les surfaces diminuent de façon tendancielle depuis les années 1970 (cf. Tableau 15).

En 2015, 490 exploitations cultivent des légumes et 45% d'entre elles sont spécialisées dans cette production (Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, 2016). La part restante pratique souvent de l'arboriculture, de la viticulture ou de l'élevage.

Tableau 15 Estimation des surfaces maraîchères dans les Pyrénées-Orientales d'après une revue bibliographique

	Surface en cultures maraîchères (en milliers d'hectares)	Sources
1903	2,5	Peyrière <i>et al.</i> , (1938)
1919	4,4	Peyrière <i>et al.</i> , (1938)
1929	5,5	Peyrière <i>et al.</i> , (1938)
1934	4,7	Flahaut (1934)
1938	7,1 (dont 5,5 en plein champ)	Peyrière <i>et al.</i> , (1938)
1960	9	Benacek (1962)
1975	11,9	Bordell (1976)
1998	4,1	Agreste (1999)
2010	1,74	Agreste, Recensement agricole (2010)
2020	1.76	Agreste, Recensement agricole (2020)
Réalisation : Jaume, 2023		

Figure 36 Localisation des cultures maraîchères d'après Peyrière et al. (1938)

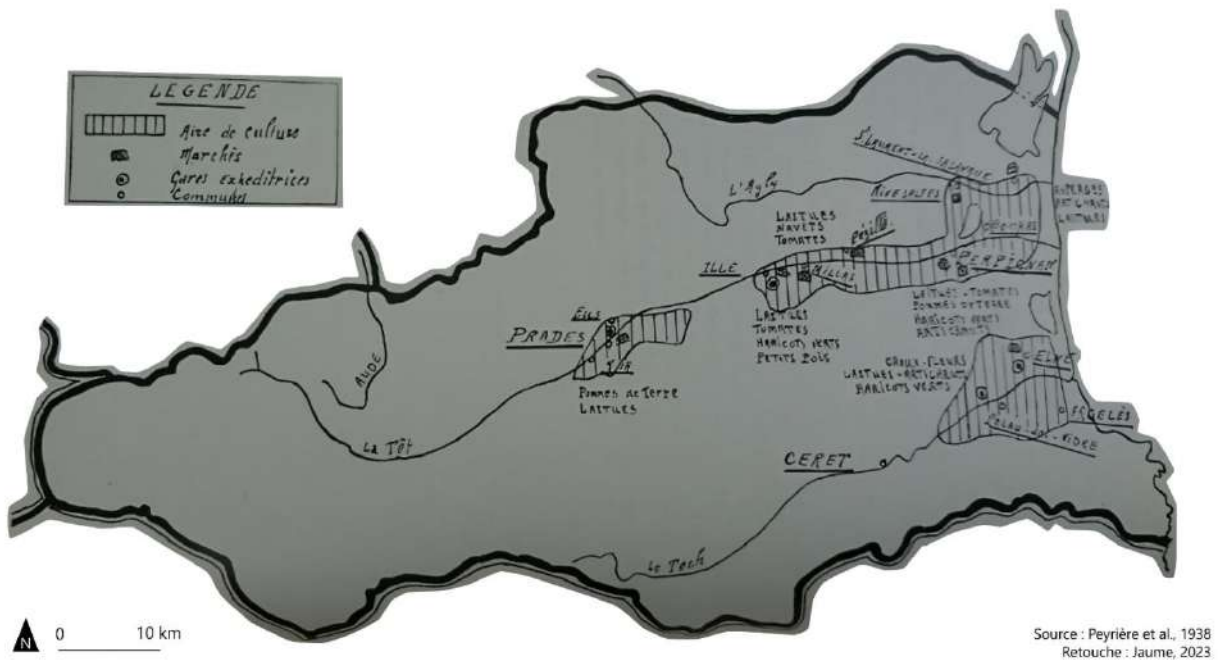
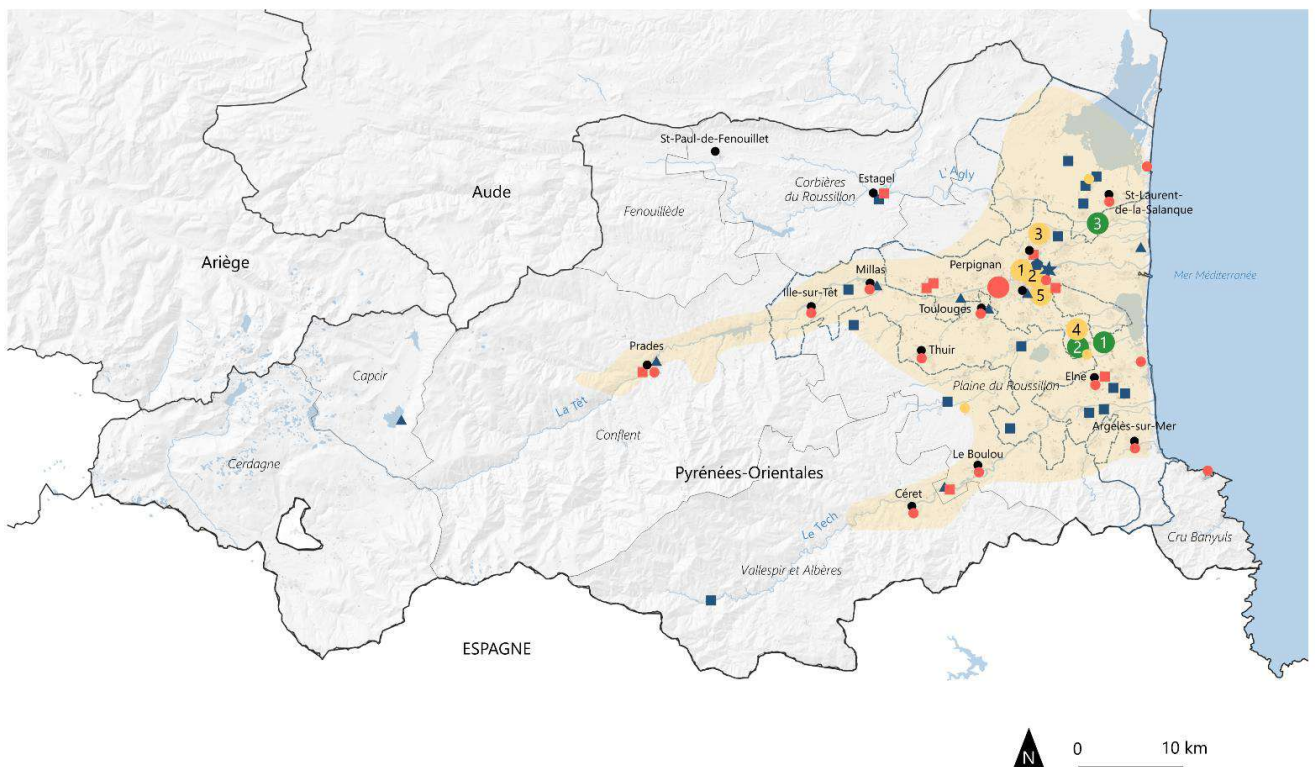


Figure 37 L'est des Pyrénées-Orientales : un bassin de production maraîcher



- Principales villes
- Axes routiers
- Surface bâtie
- Spécificité pédoclimatique**
- Cours d'eau
- Relief
- Petites Régions Agricoles définies par l'INSEE
- Capcir Nom des Petites Régions Agricoles
- Système sociotechnique**
- Principale zone de production maraîchère
- Système marchand**
- Zone de St-Charles à Perpignan, accueillant le marché de gros et la plateforme de St-Charles-International
- Principaux marchés de plein vent se tenant toute l'année
- Sièges d'AMAP
- Système d'encadrement technique**
- 1 Sièges de la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales
- 2 Sièges du CIVAM Bio 66
- 3 Lycée agricole de Rivesaltes
- 4 Lycée agricole de Théza
- 5 Institut Universitaire de Technologie de Perpignan
- Système politico-administratif**
- Communes labellisées "Territoire bio engagé"
- Identité sociale et professionnelle**
- ★ Sièges de Slow Food Pays Catalan
- Indications géographiques sur des légumes
- AOP Pomme de terre Béa du Roussillon
- IGP Artichaut du Roussillon
- Maraîchers membres du réseau Bienvenue à la ferme
- Salon professionnel**
- ◆ Salons Medfel
- Fête populaire et professionnelle**
- ▲ Fêtes célébrant des légumes
- Milieu innovateur**
- Station expérimentale de l'INRAE à Alénia
- Station expérimentale du CIVAM Bio 66 à Théza
- Station expérimentale SICA Centrex à Torreilles

Réalisation : Jaume, 2023  
 Fond de carte : IGN, OpenStreetMap  
 Sources de données : INAO, INSEE

### 2.2.1.1 Système sociotechnique

#### 2.2.1.1.1 Des exploitations de taille inégale

Le bassin est partagé entre deux types d'exploitations :

- De grandes exploitations spécialisées dans un nombre réduit de légumes, entre autres, la salade, la tomate et le concombre. Le nombre, la taille et les rendements de ce type d'exploitation s'accroissent (Agreste, 2022) ;
- Des exploitations de taille réduite, diversifiée, proposant un grand nombre de légumes et inscrites dans des circuits courts. En 2020, la moitié des exploitations dans les Pyrénées-Orientales sont « micro » ou « petites », suivant le critère de la PBS. Ce type d'exploitation marque le bassin maraîcher depuis le XIXe siècle (Peyrière *et al.*, 1938 ; Benacek, 1962). En 1855, les 300 horticulteurs de Perpignan disposent d'en moyenne trois hectares. Le constat est le même au siècle suivant. En 1912, où la taille moyenne des exploitations horticoles du département est estimée à deux hectares (Peyrière *et al.*, 1938) ; et en 1929, une enquête départementale montre que 95% des exploitations spécialisées dans le maraîchage ont une surface inférieure à cinq hectares. En 1974, Sirach considère que ces parcelles de taille réduite associés au morcellement des propriétés menacent la viabilité économique du secteur (Sirach, 1974). Elles compliquent la mécanisation et l'achat d'équipements (Benacek, 1962).

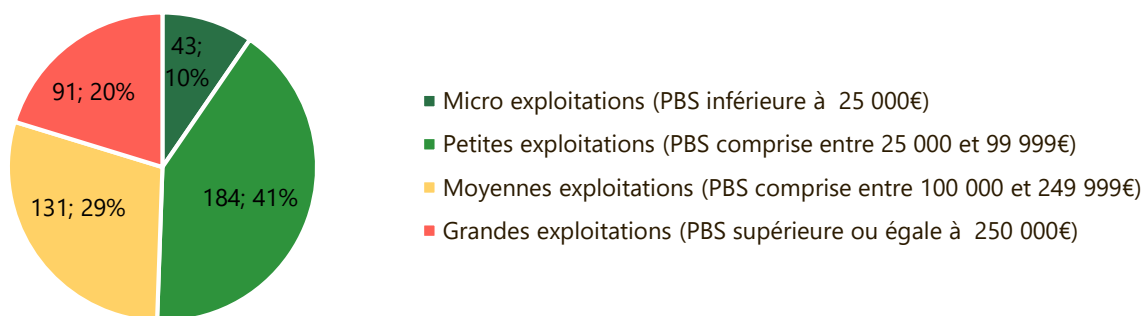
Tableau 16 Quelques chiffres sur le maraîchage dans les Pyrénées-Orientales

	2010	2020	Taux d'évolution (en %)
Production de légumes frais et de plants de légumes			
Nombre d'exploitations	557	490	-12,0
Surface (en hectare)	1749	1759	0,6
Surface irriguée (en hectare)	1747	1680	-3,8
Surface en AB (en hectare)		542	
Exploitations spécialisées en légumes			
Nombre	296	221	-25,3
SAU en hectare	1302	1087	-16,5
ETP	965	959	-0,66
PBS	47 757	47 878	0,25
Source : Agreste, RA 2020. Réalisation : Jaume, 2023			



Au niveau du département, le nombre d'exploitations maraîchères diminue. Entre 2010 et 2020<sup>40</sup>, il baisse de 12% pour les exploitations produisant des légumes et de 25% pour celles qui sont spécialisées dans cette production (source : DRAAF Occitanie, Agreste, 2021). Pour ces dernières, leur surface diminue de 16% en dix ans. Ces tendances contrastent avec celles observées au niveau national et s'expliquent par la difficulté d'accès au foncier, la conjoncture du marché, le vieillissement des chefs d'exploitations et leur non-remplacement à leur départ en retraite : en 2020, 46% des exploitants spécialisés en maraîchage ou horticulture sont âgés de 55 ans ou plus (DRAAF Occitanie, 2022).

Graphique 6 Nombre et part des exploitations spécialisées dans le maraîchage ou l'horticulture dans les Pyrénées-Orientales suivant leur taille économique, d'après le Recensement agricole de 2020



Source : Agreste, Recensement agricole  
Réalisation : Jaume, 2023

Les cultures prennent place en plein champ et sous abri, que ce soient des tunnels, des serres plastiques ou des multi-chapelles vitrées. La culture sous serre s'intensifie dans la seconde moitié du XXe siècle : Bordell (1976) et Sirach (1974) témoignent d'une dynamique inédite d'équipement en serres abris plastiques au cours des années 1960 et 1970. Aujourd'hui, les serres photovoltaïques se multiplient et attendraient 150 hectares<sup>41</sup>. Comme il est obligatoire de mener une culture agricole en dessous, le choix est parfois fait de cultiver des légumes.

#### 2.2.1.1.2 Le bio dans les Pyrénées-Orientales

L'Agriculture Biologique (AB) occupe une place prépondérante dans le bassin maraîcher. Le département des Pyrénées-Orientales est fréquemment qualifié de « département le plus bio

<sup>40</sup> Sources : DRAAF Occitanie, Agreste, 2021

<sup>41</sup> Entretien C3

de France » (Marion, 2020). La multiplication des conversions depuis les années 2000 fait qu'en 2020, 31% de la surface consacrée aux légumes dispose du label au niveau départemental, soit un total de 286 exploitations (Interbio Occitanie, 2021 ; Agreste, 2022). Cette part est supérieure à celle pour l'agriculture en général, qui est de 19% (Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, 2017).

Toutefois, les entretiens ayant eu lieu entre mars 2021 et janvier 2023, la situation de l'AB est apparue plus morose aux yeux des acteurs de la filière bio ou conventionnelle au terme de l'enquête. Cette interrogée en témoigne :

*« La situation économique, elle est très compliquée, là depuis, depuis un an, un an et demi. C'est relativement récent mais c'est juste catastrophique, c'est compliqué, c'est très très compliqué. [...] Aujourd'hui, on a un prix payé producteur qui dégringole et, eux, [les producteurs,] ils ont des coûts qui augmentent de manière exponentielle » (D4).*

Le basculement est décrit comme récent et soudain.

*« Y a eu aussi une sorte d'espoir avec le développement de la filière AB et, du coup beaucoup de gens se sont convertis parce qu'ils y voyaient de bonnes opportunités économiques. Là maintenant les cours, ils ont vachement baissé voire pour certains, ils se sont effondrés. » (CH1)*

A la sortie du Covid, le bio est décrit comme doté d'un fort potentiel. Les confinements sont allés de pair avec un intérêt croissant pour les circuits de proximité et bio. À la fin de l'année 2022, le tableau est plus morose : crise du pouvoir d'achat, chute des cours des légumes bio, augmentation des coûts de production fragilisent le secteur et entraîne un mouvement de « déconversion » (C4 ; D4).

#### **2.2.1.1.3 Irrigation : un réseau de canaux historique**

Un dernier trait marquant du système sociotechnique concerne l'irrigation. Qu'elle se fasse par aspersion, au goutte-à-goutte ou par ruissellement ou par planches, elle est permise par un dense réseau de canaux, de retenues et par des forages individuels. Dans les Pyrénées-Orientales, les terres fertiles et irriguées sont appelées *regatiu* et se différencient des aspres, peu fertiles et non irrigués (Miat, 1936).

L'édification du réseau de canaux débute à l'époque gallo-romaine et s'intensifie entre le IXe et le XIIe siècle. Il est organisé en de grands canaux qui puisent dans les cours d'eau pour alimenter des rigoles d'irrigation. La Têt alimente une centaine de canaux au milieu du XIXe siècle. Les canaux majeurs sont ceux de Thuir et de Perpignan qui arrosent à eux deux 2600 hectares de terres en 1938 (Peyrière *et al.*, 1938). Leur gestion et leur entretien sont assurés par 200 Associations Syndicales Autorisées (ASA). Dans les années 1970, face à la demande croissante en eau, des lacs artificiels sont aménagés pour servir de réservoirs à l'agriculture : 80 millions mètres cube d'eau peuvent être stockés dans les lacs de Vinça, des Bouillouses, de Villeneuve-de-la-Raho sur la Têt et de Caramany sur l'Agly (Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, 2017). En l'absence de canaux, les exploitations irriguent leurs terres grâce à des forages puisant dans les eaux souterraines. Ces infrastructures font que plus de 95% des surfaces légumières sont irriguées en 2020 (Source : DRAAF Occitanie, Agreste, Recensement agricole 2020).

Cependant, les besoins agricoles associés à ceux de la population et des autres activités économiques mettent sous pression la nappe phréatique et la ressource en eau sur le territoire (Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, 2017).

### **2.2.1.2 Spécificité pédoclimatique**

Les zones de maraîchage présentent une forte diversité pédologique avec une dominante d'alluvions du Quaternaire liées à des dépôts sédimentaires marins durant l'ère tertiaire et à des dépôts issus des glaciers de Cerdagne et du Capcir apportés par les cours d'eau (Dreal Languedoc-Roussillon, 2016). Ces sols alluviaux rendent l'aval de la Têt et du Tech et la Plaine du Roussillon particulièrement fertiles.

Les sols varient cependant à des échelles très fines et sont tantôt graveleux, sablonneux, argileux (Delpech, 1997). Sur la commune-même de Toulouges, le sol peut être autant caillouteux qu'argileux<sup>42</sup>. À Elne et Palau-del-Vidre, le sol est constitué d'alluvions sableuses et limoneuses et sableuses issues du débordement du Tech (Miat, 1936 ; Peyrière *et al.*, 1938). Dans la Salanque, il présente une haute teneur en sel en raison de la proximité du littoral, ce qui entraîne une moindre fertilité (Miat, 1936). À Thuir, il est peu argileux, riche en silice, en calcaire et en potasse (Peyrière *et al.*, 1938). À Perpignan, il est caillouteux et pauvre en argile et en calcaire mais plus graveleux. Ce bref panorama vise moins à être exhaustif qu'à montrer

---

<sup>42</sup> Entretien P7

la diversité des sols sur le bassin maraîcher : une diversité qui a des incidences sur le choix des cultures pratiquées et des oignons produits.

Quant au climat, la Plaine du Roussillon est emblématique du climat méditerranéen. Ce dernier va de pair avec un hiver humide et doux, un été sec et chaud et des événements climatiques ponctuels mais intenses : inondations, vents forts, sécheresses, grêle. En dépit de ces derniers, la culture de légumes est possible tout au long de l'année avec deux à trois rotations et la production de légumes primeurs. La spécificité de ce climat est notée dans les études sur le bassin : il n'y a « pas de saison de repos » note Peyrière *et al.* (1938) et trente ans plus tard, Benacek écrit que « pour la laitue, le Roussillon dispose l'hiver d'un véritable monopole de production » (Benacek, 1962). Des enquêtés ont témoigné de cet atout climatique. Comme le dit ce maraîcher : « On fait de l'oignon tendre, de la cébette et de la ciboule. [...] On peut le faire toute l'année dans notre climat. » (M1).

Le climat sur la zone d'étude est influencé par le relief et par la proximité des Pyrénées. Plus les montagnes sont proches, plus le climat est instable, les précipitations élevées et irrégulières et la température moyenne basse (Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, 2000). C'est pourquoi, dans la partie médiane des vallées du Tech et de la Têt, le climat est dit « de transition à dominante méditerranéenne » (*ibid.*). La température moyenne est inférieure de deux à trois degrés par rapport à la plaine (*ibid.*), la sécheresse estivale plus courte, l'hiver plus froid et le gel plus fréquent : 20 à 30 jours contre 10 à 15 à Perpignan (*ibid.*). Cette fraîcheur limite la culture légumière de plein champ en hiver et entraîne des décalages dans les dates de culture de plusieurs semaines au printemps et à l'automne. Ce maraîcher installé à Prades et rencontré au début du mois d'avril explique, par exemple, attendre avant de planter ses courgettes et ses haricots :

*« Avec la plaine, bien sûr, des différences climatiques. La plaine, ils ont deux semaines d'avance. Ici, on a encore des gelées. Et d'ailleurs les nuits sont encore fraîches. Donc, ça m'a fait penser, il faut pas s'presser. » (M13)*

Plus en altitude, en Cerdagne, dans le Vallespir et dans le Capcir, l'influence méditerranéenne diminue pour être davantage continentale et océanique. L'hiver froid, la fréquence du gel et la neige complique le développement du maraîchage et n'est donc pas inclus dans le bassin maraîcher étudié ici.

Dans ce système pédoclimatique, impossible de ne pas évoquer le vent et, en l'occurrence, la Marinade ou Marin et la Tramontane. La première est un vent venant de la Méditerranée et souffle en direction de l'ouest et du nord-ouest. Elle apporte de la chaleur, de l'humidité et des précipitations (Delpech, 1997). Au niveau des cultures, le vent marin augmente le risque de maladies liées à l'humidité comme le mildiou et l'oïdium<sup>43</sup>. La tramontane a l'effet inverse : ce vent de nord-ouest en provenance des montagnes est sec, froid et se caractérise par de fortes rafales. Du point de vue agricole, la tramontane assèche les cultures, évitant les maladies liées à l'humidité mais les violentes rafales peuvent ne pas être sans conséquence pour les cultures<sup>44</sup>. C'est pour protéger les parcelles du vent que des haies de cyprès ou d'arbres sont aménagées.

### **2.2.1.3 Système d'emploi**

Par sa dimension manuelle, le maraîchage est une activité qui suppose une forte main d'œuvre. Par exemple, la culture d'un hectare de tomates implique 7 Équivalents Temps Pleins (ETP), sans compter le temps nécessaire au conditionnement et à la commercialisation du produit (Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, 2017). La culture de l'oignon implique une forte main d'œuvre, d'autant plus si elle n'est pas mécanisée : plantation, récolte, nettoyage, conditionnement, stockage<sup>45</sup>. Dès lors, la dynamique du système d'emploi du bassin maraîcher influence durablement celle du micro-bassin de l'oignon de Toulouges.

Les exploitations spécialisées dans les légumes représentent 959 ETP en 2020, un chiffre proche de celui de 2010 (Source : Agreste). L'emploi se structure au sein d'exploitations familiales où les actifs sont d'une même famille (Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, 2017). Ce modèle est cependant remis en cause : le choix d'un emploi autre qu'agricole par les enfants des exploitants agricoles favorise l'augmentation de la part de la main d'œuvre non familiale, salariées ou saisonnière, française ou étrangère (*ibid.*). Aussi, les nouveaux installés sont-ils souvent extérieurs au cadre agricole (*ibid.*).

Le système d'emploi est consolidé par une offre en formation agricole. Les lycées agricoles de Rivesaltes et de Théza, le Centre de Formation Agricole (CFA) 66, l'IUT de Perpignan,

---

<sup>43</sup> Entretiens M2, M4

<sup>44</sup> Entretiens M4, M24

<sup>45</sup> Entretiens M7, M28, M34

proposent des enseignements en lien avec le maraîchage : le Bac Professionnel « Horti » à Rivesaltes et le Brevet de technicien supérieur agricole (BTSa) Production Horticole à Théza. Ces sites accueillent des espaces d'essais en AB ou en conventionnel pour donner une dimension pratique à la formation. Créé en 1990, celui du CFA de Rivesaltes s'étend sur 70 hectares (ha) dont une partie est en AB et centrée sur le maraîchage.

#### **2.2.1.4 Système d'encadrement technique**

Le début du XXe siècle voit l'émergence des premiers dispositifs d'encadrement et de conseil technique dans le bassin maraîcher (Peyrière *et al.*, 1938). Aujourd'hui, deux structures jouent un rôle clé dans ce système et sont en étroite collaboration : la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales et le CIVAM (Centre d'initiatives pour valoriser l'agriculture et le milieu rural) Bio 66.

La Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales est un organisme consulaire et une entreprise de services. Elle a trois principales missions en lien avec le maraîchage : l'appui technique et la formation, la représentation des producteurs devant les pouvoirs publics et la promotion de la recherche au niveau des variétés, des itinéraires de culture et de la gestion des ravageurs. La Chambre compte un service « Fruits et légumes » et deux conseillers spécialisés dans le maraîchage.

Le CIVAM Bio 66 est une association de producteurs en AB fondée en 1985 et comptant sept salariées et environ 300 membres. Elle est rattachée aux fédérations nationales et régionales des Agriculteurs Bio : la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) et BioOccitanie. Ses missions sont proches de celles de la Chambre mais concernent exclusivement l'AB. Du conseil est apporté aux maraîchers bio situés dans la Plaine du Roussillon et, plus rarement, ceux en conversion<sup>46</sup>.

Le système d'encadrement technique mobilise d'autres acteurs : la plateforme d'expédition, Alterbio, en partenariat avec le CIVAM Bio propose un suivi des producteurs membres de l'association Terroir Bio d'Occitanie. Citons également Agroémergences, une association active des années 1990 à 2010 et lancée à l'initiative du Conseil général, de la Région Languedoc-Roussillon, des chambres consulaires, de la DDF et du lycée agricole de Théza. Elle visait à soutenir des initiatives de valorisation de la production agricole et agroalimentaire

---

<sup>46</sup> Entretien C1

locale telles que des marques territoriales, des Indications Géographiques et autre démarche qualité. L'association réalisait des études de faisabilité, des études de marché, des analyses sensorielles et des aides à construire le cahier des charges et la stratégie marketing. Elle a été un partenaire des syndicats en charge de l'AOP pomme de terre Béa du Roussillon et de l'IGP Artichaut du Roussillon. Elle a été remplacée par l'Institut Régional de la Qualité Alimentaire d'Occitanie (IRQUALIM).

### **2.2.1.5 Système marchand**

Le système marchand du micro-bassin de l'oignon de Toulouges est lié à celui du bassin maraîcher. Or, ce dernier prend une double forme, partagé entre un système marchand local et un système marchand de grande envergure (Sarrazin, 2016). Sera présenté, en premier lieu, le système marchand local du bassin et, en second lieu, celui de grande envergure. Force est, cependant, de constater la porosité des frontières entre ces deux systèmes et leur interconnexion.

#### **2.2.1.5.1 Un système marchand local aux facettes multiples**

Un système marchand local accompagne historiquement le bassin maraîcher. Initialement, les zones de production de légumes ou *hortas* sont associées à des marchés. Au XIII<sup>e</sup> siècle, trois marchés sont particulièrement importants à Perpignan : celui près de l'église St-Mathieu de Perpignan créé en 1298, celui de l'*Horta nova* dans le quartier du Vernet et, le plus important, celui de la *Plassa nova* (Place du marché neuf) créé en 1299 (Delpech, 1997). Au XVII<sup>e</sup> siècle, le commerce de légumes se concentre dans le centre de Perpignan dans l'actuelle rue des marchands (*ibid.*). Le XIX<sup>e</sup> siècle voit se multiplier les marchés destinés à la population dans un contexte de croissance démographique et d'essor de la production légumière. Il s'agit cependant d'initiatives isolées. Il faut attendre les années 1930 pour que des circuits de commercialisation locaux soient structurés par les exploitants par le biais ou non d'associations. Constatant les « excellents résultats tant pour le producteur que pour le consommateur », Peyrière et ses coauteurs insistent sur leur fort potentiel : « c'est un mode de vente qui mérite d'être encouragé parce qu'il est susceptible de créer une grande émulation indispensable à la prospérité des cultures fruitières et maraîchères du département » (Peyrière *et al.*, 1938).

Les circuits courts connaissent aujourd'hui une forte croissance. Bien que la tendance s'observe dans toutes les productions agricoles, elle est particulièrement marquée en maraîchage où la part des exploitations en circuit court est passée de 23 % en 2010 à 38 %

en 2020 (Agreste, 2022). Cette dynamique est soutenue par l'essor démographique et touristique et, plus généralement, par l'intérêt pour ce type de commercialisation au-delà des limites départementales. Ces circuits courts prennent moult formes (Lesur-Dumoulin, 2018) :

- Des marchés de plein vent et, entre autres, les « Marchés des producteurs de Pays » organisés dans le cadre du réseau « Bienvenue à la Ferme »,
- Des stands de vente directe sur les exploitations,
- Des primeurs et des détaillants,
- Des Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) et de systèmes de paniers,
- Des magasins de producteurs (Oh Délices Paysans, Ma Coop'66),
- Des magasins spécialisés dans l'AB et s'approvisionnant auprès de producteurs locaux (Biocoop),
- Des plateformes dématérialisées de mise en relation des producteurs avec les consommateurs (Le Local, Kuupanda),
- Des GMS qui proposent des produits locaux via des partenariats avec des maraîchers et de grossistes.

Le système marchand local se caractérise par ses facettes multiples et par le grand nombre d'acteurs qu'il mobilise. Toutefois, il ne peut être dissocié d'un système de grande envergure qui marque également de son empreinte le bassin maraîcher des Pyrénées-Orientales.

#### **2.2.1.5.2 Un bassin historiquement tourné vers l'expédition**

Ce système émerge au XIXe siècle après l'ouverture de la ligne de chemin de fer entre Perpignan et Narbonne en 1858 (Peyrière *et al.*, 1938) Avec la diminution des durées et des coûts de transport, le bassin maraîcher s'oriente vers l'export de pommes de terre primeur, de salade, de persil et de tomate (*ibid.* ; Benacek, 1962).

Pour soutenir cette dynamique, des marchés de gros et des coopératives d'expédition fleurissent dans la première moitié du XXe siècle. Les marchés de gros désignent ici des « lieux de rencontre entre acheteurs et vendeurs professionnels (producteurs, grossistes, détaillants, restaurateurs) pour l'achat et la vente en gros de produits alimentaires, [...] conçus pour l'approvisionnement des zones de consommation » (Baritoux & Chazoule, 2018). En 1899, à Perpignan, le Marché de Gros est déplacé à proximité de l'actuel Théâtre de l'Archipel, en remplacement de celui qui existait sur la place de la République « de temps immémorial » (Peyrière *et al.*, 1938).



Illustration 6 Vente de légumes sur le marché de gros de Perpignan dans les années 1930 (source : Peyrière et al., 1938)



À cela s'ajoute le marché d'Elne ouvert en 1896 et ceux de Céret, de St-Laurent-de-Salanque, d'Ille-sur-Têt, de Prades et de Pézilla-la-Rivière, de Palau-del-Vidre ouverts entre 1922 et 1935 (Peyrière *et al.*, 1938). En 1960, le marché de gros de Perpignan exporte 40 000 tonnes de légumes par an et est complété par des marchés permanents à Elne, Ille et Millas, et saisonniers, à Pézilla, St-Féliu-d'Avall, Vinça, Rivesaltes, St-Génis-des-Fontaines et Céret (Benacek, 1962). Les acheteurs sont principalement des expéditeurs qui envoient leurs marchandises à Paris ou ailleurs. Viennent ensuite des grossistes des alentours, de Toulouse, de Montpellier et de Foix et des détaillants des Pyrénées-Orientales (*ibid.*). Les destinations des exportations sont alors, pour moitié, l'Allemagne, pour un tiers, la Suisse et, pour un dixième, la Grande Bretagne (*ibid.*).

Du côté des coopératives, bien qu'elles concernent principalement le secteur fruitier, les Pyrénées-Orientales en compte un nombre croissant dans l'Entre-deux-guerres. Elles organisent l'exportation de la production locale de légumes et, plus spécifiquement, la mise en conserve de tomates. La première coopérative créée est la Perpignanaise en 1923 (Sirach, 1974). En 1930, la Chambre syndicale des jardiniers d'Elne crée une société coopérative dans le but d'exporter la production et de partager le matériel et les intrants nécessaires aux maraîchers : engrais, semences, traitements<sup>47</sup>. En 1973, il existe seize coopératives d'expéditions de légumes, réparties dans l'ensemble du bassin maraîcher.

---

<sup>47</sup> Source : documentation disponible aux Archives Départementales des Pyrénées-Orientales (Notice 7M234).

Coopératives, expéditeurs et marchés de gros assurent la commercialisation des légumes du bassin sur des circuits longs et constituent, en d'autres termes, le système marchand de grande envergure. La présence de ces opérateurs favorise l'intensification des exportations durant le XXe siècle. En 1938, les Pyrénées-Orientales sont le cinquième département exportateur de légumes, en incluant l'Algérie (Peyrière *et al.*, 1938). Le système marchand de grande envergure poursuit son développement après la Seconde Guerre mondiale. C'est à la fin des années 1960, que débute l'aménagement de la zone dite de St-Charles à l'est de Perpignan. À la fin de la Guerre d'Algérie, les importateurs présents sur Perpignan et Port-Vendres font face à l'arrêt des exportations de fruits depuis l'Algérie. Ils décident, dans ce contexte, de se regrouper pour organiser l'import d'agrumes espagnols<sup>48</sup>. Avec le concours de la Chambre d'Industrie, ils créent le Marché St-Charles du nom d'un mas qui s'y trouvait à l'époque.

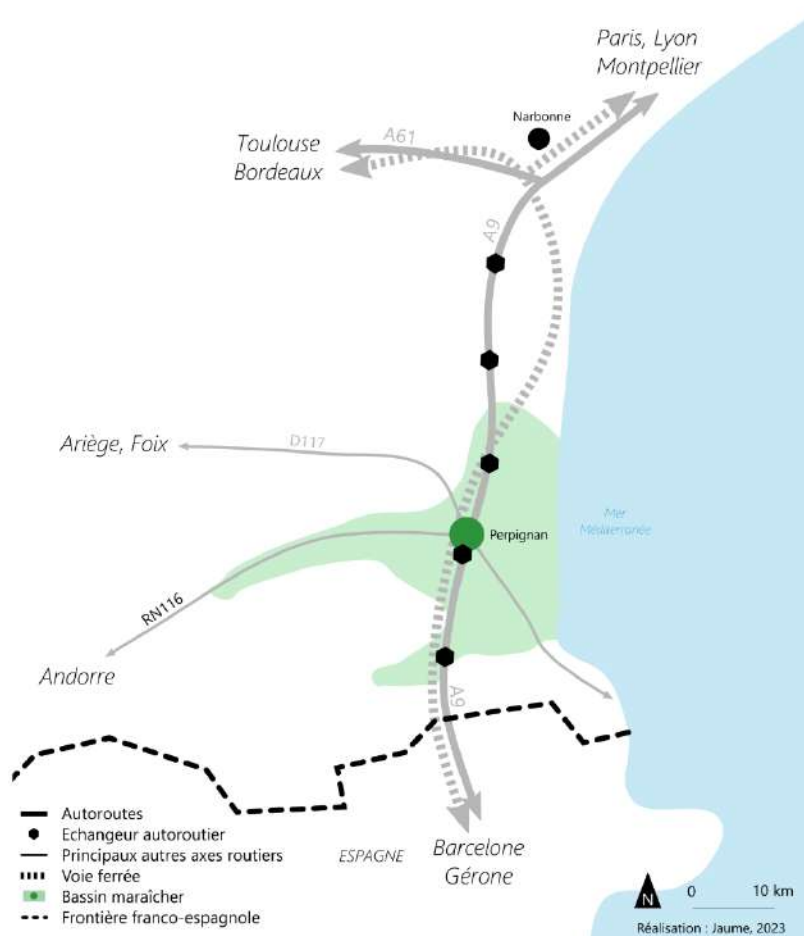
La plateforme profite de la construction européenne et de l'aménagement d'infrastructures de transport majeures telles que l'autoroute A39, la Ligne à Grande Vitesse et l'aéroport Perpignan-Rivesaltes pour diversifier ses activités (Malorgio & Felice, 2014). D'une spécialisation dans les agrumes espagnols, la plateforme s'ouvre à de nouveaux produits et noue des relations avec de nouveaux pays producteurs. Les légumes représentent ainsi la moitié des 1 800 000 tonnes transitant par St-Charles<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup> Entretien D1

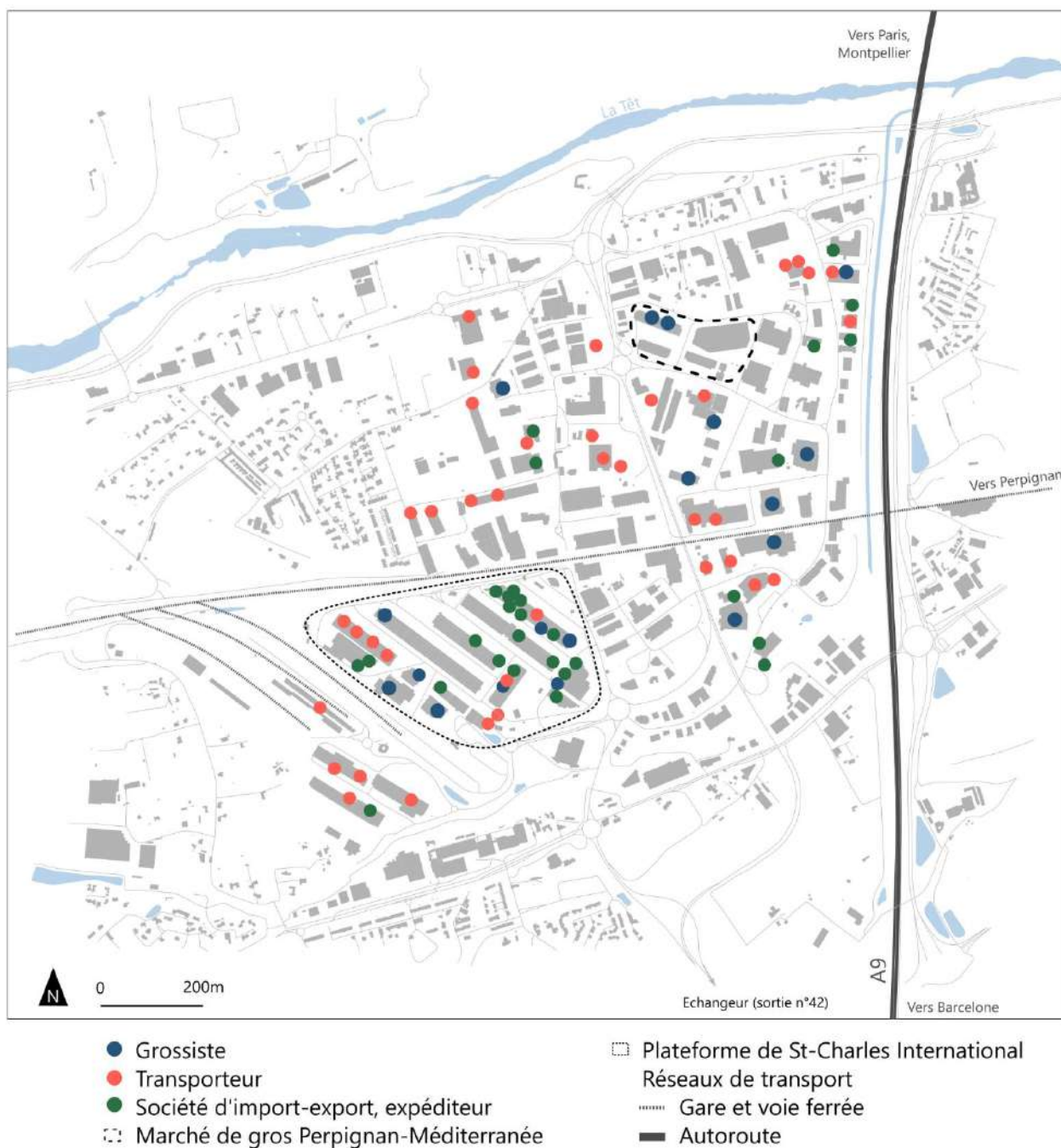
<sup>49</sup> Entretien D1

Figure 38 Le bassin maraîcher et sa desserte par des infrastructures de transport d'échelle nationale et européenne



La plateforme St-Charles International est aujourd'hui le premier centre d'échanges de fruits et de légumes frais en Europe. Elle s'étend sur 70 hectares et regroupe 150 entreprises de négoce, de logistique, de transport et des grossistes spécialisées dans les fruits et légumes. Ensemble, elles génèrent près de deux milliards d'euros de chiffres d'affaires et 2 200 emplois directs. Parmi celles liées au bassin maraîcher et implantées dans le secteur de St-Charles figurent les coopératives Teraneo, Plaine du Roussillon, Sud Roussillon, les expéditeurs Alterbio, et les grossistes, Expofruits, Métro, Promocash, Gavignaud.

Figure 39 La zone de St-Charles : la pierre angulaire du système marchand



Source : Google Maps  
 Fond de carte : IGN, OpenStreetMap  
 Réalisation : Jaume, 2023

En plus d'être insérées dans des réseaux nationaux et internationaux, ces sociétés offrent des débouchés aux producteurs du département. Sur les 180 000 tonnes de fruits et légumes produites par an dans les Pyrénées-Orientales, deux tiers sont commercialisés à partir de St-

Charles International<sup>50</sup>. Néanmoins, sur le volume global de légumes qui transitent par St-Charles, cela ne représente qu'une part réduite : les flux sont avant tout internationaux. 90% des fruits et légumes traités arrivent du Maroc et d'Espagne et sont expédiés vers l'Île-de-France, l'Allemagne, l'Italie<sup>51</sup>.

La zone de St-Charles est dès lors un élément crucial du système marchand du bassin maraîcher.

### **2.2.1.5.3 Le Marché de gros de Perpignan, fer de lance du système marchand local**

Une présentation du système marchand du bassin maraîcher des Pyrénées-Orientales implique de souligner la place du Marché de Gros de Perpignan Méditerranée Métropole. Lui aussi situé sur la zone de St-Charles (cf. Figure 39), il ne doit pas être confondu avec la plateforme St-Charles International qui structure, elle, le système marchand de grande envergure et s'appuie avant tout sur des flux internationaux. Le marché de gros joue, au contraire, un rôle important dans la commercialisation des légumes produits dans le bassin et dans la structuration de circuits courts et locaux.

Le marché de gros est une régie de la communauté urbaine de Perpignan Méditerranée Métropole depuis 2009. Le marché s'étend sous une vaste structure couverte de 14 000m<sup>2</sup> où producteurs et acheteurs se retrouvent six fois par semaine pour échanger des produits aux prix fixés suivant le principe du gré à gré, c'est-à-dire après une confrontation de l'offre et de la demande (cf. Chapitre 5, 1.2.2). Les prix sont ensuite relevés par des garde-placiers qui définissent ainsi des cotations pour le prochain marché.

---

<sup>50</sup> Entretien D1

<sup>51</sup> Entretien D1

Illustration 7 Le Marché de gros de Perpignan et sa halle aux carreaux (Jaume, 2022)



Source et mise en page : Jaume, 2023

Pour y accéder, les producteurs doivent être inscrits à la MSA en tant que cotisants et être implantés dans les Pyrénées-Orientales. Ce critère géographique n'existe pas pour les acheteurs qui sont principalement des détaillants, des restaurateurs et des grossistes, implantés dans le département et en région Occitanie pour les plus éloignés d'entre eux. Tous s'acquittent ensuite d'un abonnement annuel ou d'un droit de passage ponctuel. En chiffres, le marché regroupe 170 producteurs et 150 acheteurs abonnés. Il voit transiter chaque année 8000 tonnes de 100 fruits et légumes différents<sup>52</sup>. Le marché de gros accueille également une halle aux grossistes où des emplacements sont loués par des entreprises de commerce de gros et demi-gros de fruits et légumes.

Le marché de gros de Perpignan structure le système marchand local en reliant à un même endroit et à de mêmes horaires des producteurs, des commerçants, des restaurateurs et des détaillants.

Cependant, si le marché de gros est aujourd'hui un maillon clé du système marchand local, cela fait suite à une évolution de la place des marchés de gros au niveau national. Ce type de structure a connu un fort essor à la sortie de la Seconde Guerre mondiale en vue de massifier l'approvisionnement alimentaire : les Marchés d'Intérêt National (MIN) sont créés en 1961. Il existe aujourd'hui 25 marchés de gros regroupés au sein de la Fédération des Marchés de

---

<sup>52</sup> Voir le site Internet du Marché de gros Perpignan accessible par le lien suivant : [marchedegrospmm.fr/accueil](http://marchedegrospmm.fr/accueil).

Gros de France et 17 d'entre eux sont des MIN. Concurrencés par les centrales d'achats de la grande distribution et par les grossistes à service complet (GASC), les marchés de gros font face à des difficultés (Bernard de Raymond, 2003). Un tournant stratégique s'opère dans les années 2010 quand fraîcheur, traçabilité et proximité sont les nouveaux mots d'ordre (Berthe & Navarro, 2012 ; Baritoux & Chazoule, 2020). Le marché de gros est érigé comme un outil de protection de l'environnement (Sirjean, 2015 : 278), de structuration et de promotion des filières agricoles locale, des producteurs indépendants (Berthe, 2012) et de « protection du commerce traditionnel » (Bernard De Raymond, 2004) : « ce marché de gros, il a toute son utilité aujourd'hui, plus que jamais, dans cet esprit du consommer local. [...] 24/48h du champ à l'assiette, voilà. Ce qui fait que c'est quand même un gage de saisonnalité, de fraîcheur et de goût, pour le consommateur final. » (D3). Ils sont un vecteur de lien social entre les acteurs en se révélant « très dépendant des réseaux interpersonnels [,] des compétences incorporées dans les personnes » (Bernard de Raymond, 2010) et de la négociation des prix entre producteur et acheteur.

#### **2.2.1.5.4 Deux systèmes entremêlés**

Bien que les acteurs soient davantage inscrits dans un des deux systèmes, il est difficile de distinguer clairement un système marchand qui serait local d'un qui serait de grande envergure. Tout d'abord, les acteurs du bassin maraîcher ne se rattachent pas spécifiquement à tel ou tel système.

Les maraîchers s'inscrivent souvent dans les deux systèmes en vue de diversifier leurs débouchés. Les expéditeurs importent des légumes du monde entier et peuvent également s'approvisionner auprès de producteurs des Pyrénées-Orientales. C'est le cas d'Alterbio, une société d'expédition spécialisée dans les fruits et légumes biologiques. Elle importe des légumes d'Andalousie et s'approvisionne, en parallèle, dans les Pyrénées-Orientales via l'association de producteurs, Terroir Bio d'Occitanie<sup>53</sup>. C'est aussi le cas des grossistes Expofruits, Métro, Gavignaud et les GMS présentes sur le département qui proposent des produits du monde entier obtenus auprès d'expéditeurs mais aussi des produits locaux via des partenariats avec des producteurs.

---

<sup>53</sup> Dans ce cadre, Alterbio commercialise la production de maraîchers adhérents de l'association fondée en 2003 avec la marque Couleurs Midi. Le producteur s'engage à livrer des produits conformes au cahier des charges de l'association et d'une planification décidée chaque année avec Alterbio. Alterbio s'engage en retour à vendre au meilleur prix possible du marché (source : entretien D4).

Cette interdépendance du système marchand local et de grande envergure est d'autant plus visible sur le secteur de St-Charles où transitent des flux de marchandises locaux, nationaux et internationaux. S'y côtoient des structures inscrites principalement dans des circuits locaux comme le marché de gros et d'autres spécialisées dans l'import-export international. Ces deux systèmes marchands coexistent donc dans le bassin maraîcher. Comme l'explique cet interrogé :

*«Y a cette tradition d'expédition et puis comme on est un département touristique, y a toujours eu quand même des circuits courts, plus le fait qu'aujourd'hui il y a les nouvelles générations, les nouveaux installés, qui privilégient cette forme d'installation. [...] Mais ce qui caractérise le maraîchage le plus chez nous, ça reste l'expédition. » (C4)*

Cette présentation insistait sur la présence d'un système marchand local par le tissu dense d'initiatives autour des circuits courts ; et d'un système de grande envergure avec les activités d'import-export international de légumes sur la plateforme de St-Charles International. La frontière entre ces deux systèmes est floue tant leur trajectoire, les acteurs et les espaces qu'ils mobilisent sont liés. Ces deux systèmes sont intrinsèquement liés et permettront de mieux comprendre le système marchand de l'oignon de Toulouges.

#### **2.2.1.6 Système politico-administratif**

Le bassin maraîcher est doté d'un système politico-administratif qui mêle une diversité d'acteurs et d'initiatives. Il apparaît cependant peu spécifique au bassin maraîcher et son implication est ponctuelle. Je reviendrai sur les principales institutions en lien avec le bassin maraîcher et leurs actions menées dans ce cadre.

Il y a, tout d'abord, des instances étatiques :

- La DRAAF Occitanie est un service déconcentré du ministère de l'agriculture, responsable d'actions plus spécifiquement en lien avec le bassin maraîcher : cotation des prix sur la plateforme St-Charles International, financement du projet St-Charles 2020-2040 à propos de l'extension de la zone d'activité et de la redynamisation de ses friches, publication annuelle d'itinéraires agri-culturels pour découvrir la « sa diversité agricole » de la région. En 2021, une page était consacrée au maraîchage bio dans les Pyrénées-Orientales (DRAAF Occitanie, 2021).



- L'INAO est un Établissement public à caractère administratif, sous la tutelle du ministère de l'agriculture, en charge de la promotion, de l'encadrement et du contrôle des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) en France. Dans le bassin, il a aidé à la mise en place de l'AOP Bœuf du Roussillon et l'IGP Artichaut.

La Région Occitanie est responsable d'organismes et d'initiatives en lien avec le bassin maraîcher. Son Institut régional Qualité Agroalimentaire (IRQUALIM) soutient les démarches autour des Signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) par des conseils juridiques, techniques, marketing, financiers. Le Conservatoire du Patrimoine Biologique Régional créé par le Conseil régional en 1989 et animé par la Chambre d'Agriculture régionale depuis 2007 vise à la conservation des « ressources génétiques locales » d'espèces végétales et animales. Le service apporte un soutien technique et financier aux projets allant dans ce sens et a, notamment, financé des études sur l'artichaut du Roussillon dans le cadre de la labellisation IGP. Enfin, la marque Sud de France valorise, depuis 2006, des productions régionales et, notamment, celle de légumes frais. Dix adhérents sont présents sur la zone d'étude : six exploitations maraîchères, un groupement de producteurs, une coopérative, un expéditeur et une entreprise de transformation (source : Sud de France).

Le Département mène une Politique Agricole du fait de ses compétences en matière d'aménagement du territoire, de développement économique et d'environnement. Un des axes ayant trait à l' « appui à la commercialisation par le développement des circuits courts », des actions sont menés en lien avec le bassin maraîcher :

- Communication avec l'édition de guides sur les produits locaux et de saisons, la promotion et le soutien des SIQO en partenariat avec la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales,
- Valorisation des produits locaux, grâce au développement du « Local », une plateforme de mise en relation des producteurs et consommateurs,
- Aides aux agriculteurs souhaitant créer un stand de vente directe, une AMAP, un atelier de transformation en AB ou développer une activité agritouristique, avec le versement de subventions.

Des communes et intercommunalités complètent ce système politico-administratif local. Leurs actions prennent plusieurs formes :

- La mise en place de Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) avec un volet consacré à l’approvisionnement en légumes en circuits courts. Trois PAT sont présents dans les Pyrénées-Orientales : dans la communauté de communes de Conflent-Canigó, dans le Pays Pyrénées Méditerranée et au niveau départemental par l’intermédiaire de l’association Mangeons Local 66.
- La délivrance du label « Territoire Bio Engagé ». Ce label créé en 2012 par l’interprofession Interbio récompense des collectivités locales menant des actions en faveur de l’AB ; les communes de St-Hippolyte, de Passa et de Corneilla-del-Vercol sont actuellement labellisées « Territoire bio engagé ».
- Des actions sur le volet foncier en vue de préserver des terres agricoles et maraîchères. Les deux Schémas de Cohérence Territoriale (SCoT) sur la zone d’étude – Plaine du Roussillon et Littoral-Sud, intègrent un volet sur la préservation des espaces agricoles et le département est doté depuis 2015 d’une Commission Départementale de Protection des Espaces Naturels, Agricoles et Forestiers (CDPNAF) qui donne un avis consultatif sur les documents de planification et réalise une carte départementale des friches en vue de les redynamiser. Les PAEN (Périmètres de Protection des Espaces Agricoles et Naturels Périurbains) institués par la loi DTR de 2005 poursuivent cet objectif. 800 hectares sont concernés sur les communes de Laroque des Albères, Canohès et Pollestres. 4 autres PAEN sont en projet<sup>54</sup>.
- L’organisation d’évènements et de fêtes sur l’agriculture (cf. Figure 37).

Ce panorama donne à voir une variété d’acteurs et par la « multiplicité des manifestations de ce système politico-administratif local » (Sarrazin, 2016 : 34). Les actions ciblent alternativement des problématiques sanitaires, foncières, alimentaires, économiques, culturelles. Sans parler d’un « état d’émulation » (*ibid.* : 33), la participation des élus et des pouvoirs publics amène à l’« élaboration et la défense d’un intérêt local » (*ibid.* : 34), notamment pour les circuits courts et les SIQO.

### **2.2.1.7 Système de banque-assurance**

Ce système vise « la régulation locale du marché » (Sarrazin, 2016 : 36) et se manifeste principalement de deux manières. Tout d’abord, des associations fédèrent des producteurs

---

<sup>54</sup> Voir la page sur les PAEN dans les Pyrénées-Orientales sur le site de la Chambre d’Agriculture départementale accessible par le lien suivant : <https://po.chambre-agriculture.fr/territoires/amenagement-du-territoire/preservation-des-espaces/paen/paen-dans-le-departement/>

et des metteurs en marché en vue d'assurer des prix de vente minimum. C'est le cas de l'association déjà citée, Terroir Bio d'Occitanie. De plus, le système se matérialise par la présence de nombreuses banques, assurances et sociétés de crédit dans le secteur de St-Charles à Perpignan. Certaines sont des membres associés de St-Charles International et du Syndicat National des Importateurs de Fruits et Légumes (SNIFL) ; on peut citer Allianz Trade, Atradius, Banque Courtois, Banque Populaire du Sud, Crédit Agricole, Crédit Mutuel, Coface, Groupama, etc. Elles assistent les sociétés d'import-export de légumes, les grossistes, les transporteurs présents sur la zone.

#### **2.2.1.8 Espace muséographique**

Il n'existe pas de musée, d'écomusée ou de centre d'exposition dédiés spécifiquement au maraîchage, qui plus est, à un légume. Cependant, le développement de l'accueil du public dans les exploitations au travers du réseau Bienvenue à la ferme, des stands de vente directe, des hébergements ou des fermes pédagogiques concourt à rendre visible la production maraîchère et à créer une forme d'espace muséographique hors les murs. Le réseau Bienvenue à la ferme fondé en 1988 et coordonné par les Chambres d'Agriculture rassemble, sur ce point, quinze maraîchers sur le bassin.

#### **2.2.1.9 Salon professionnel**

Le Salon MedFEL est organisé chaque année à Perpignan par la Région Occitanie, l'Agence régionale de développement économique AD'OCC et SPAS Organisation. Il s'adresse aux professionnels de la filière Fruits et légumes et fait figure de principal événement en France dans le secteur. Le salon aborde sept principales thématiques : la filière semencière, la production, l'import-export, le transport et la logistique, les emballages, l'équipement et l'ingénierie. Il accueille plus de 200 exposants, 3000 visiteurs et donne lieu à des tables rondes, des conférences, des ateliers-débats<sup>55</sup>. À chaque salon, un sujet ou un produit est mis à l'honneur : la souveraineté alimentaire en 2023, l'ail, l'oignon et l'échalotte en 2018 !

Ce salon témoigne des « liens existant entre le système politico-administratif local et les représentants professionnels du bassin de production » (Sarrazin, 2016 : 42).

---

<sup>55</sup> Voir le site Internet du salon accessible par le lien suivant : [medfel.com](http://medfel.com)

### **2.2.1.10 Route agritouristique**

Aucune route n'est à signaler sur des légumes mais notons l'existence de trois routes des vins dans les Pyrénées-Orientales. Lancées en 2004, à l'initiative de la Chambre d'Agriculture du Roussillon, du Conseil Départemental et du Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon (CIVR), en partenariat avec la Fédération de Tourisme de Terroir, elles visent à valoriser la culture viticole locale.

### **2.2.1.11 Fête populaire professionnelle promotionnelle**

Des fêtes présentant une dimension patrimoniale, sociale, économique et commerciale (Sarrazin, 2016 : 43) prennent place dans le bassin maraîcher. Elles donnent lieu à des dégustations, à des marchés, à des repas, à des concerts et ont plusieurs formats :

- Des fêtes annuelles consacrées à un produit : l'artichaut est célébré à Ste-Marie-de-la-Mer, la tomate au Soler, l'oignon de Toulouges dans la commune éponyme, le *calçot*, une variété catalane d'oignon à St-Jean-Pla-de-Corts, à Baho et à St-Hippolyte, et, plus en altitude, la « patate » à Matemale.
- Des fêtes régulières choisissant à chaque édition un nouveau produit. Millas et sa fête gourmande ont ainsi pu célébrer la tomate, les courges, la châtaigne, l'olive, la fève.
- Des fêtes de « la nature » ou des « plantes » qui ne se focalisent pas sur un produit mais à l'occasion desquelles sont organisées des marchés de producteurs et des ventes de plants maraîchers. Citons la fête de la Nature à Perpignan et la foire Plantes et Nature à Prades.
- Des marchés de producteurs ponctuels. Citons le *Mercat de la Terra* (Marché de la terre) organisé par la branche locale du réseau Slow Food, depuis l'automne 2020. À cette occasion ont lieu des concerts et des conférences sur l'agriculture.

L'organisation revient, dans la plupart des cas, à une municipalité ou à une association telle qu'un comité des fêtes. Elles participent à donner à la production maraîchère une identité locale, sociale et professionnelle.

### **2.2.1.12 Identité sociale et professionnelle**

L'identité sociale et professionnelle se traduit par l'« adhésion à des groupes d'appartenance ou de référence » (Sarrazin, 2016 : 45) qui partagent de mêmes expériences, normes et activités. Dans le bassin maraîcher, trois éléments nourrissent, en particulier, cette identité : le rattachement à la Catalogne, les produits sous appellation et les structures collectives telles

que des confréries, des corporations, des coopératives et des syndicats qui participent à la création d'un sentiment d'appartenance à un groupe.

#### **2.2.1.12.1 Des confréries aux syndicats**

Dès le XIV<sup>e</sup> siècle les jardiniers ou *hortolans* s'organisent en confréries. Celle de St Jacques est mentionnée pour la première fois en 1394 et celle de St-Matthieu, six ans plus tard. Ces groupes placés sous le patronage de Saint Gaudérique exercent une influence sur la vie locale (Delpech, 1997). Ils disparaissent à la Révolution avant d'être recréés dans les années 1880 en tant que « sociétés de secours mutuels » (*ibid.*).

Dans son *Histoire de la Ville de Perpignan* paru en 1897, P. Vidal note :

*« Les jardiniers ont été les premiers habitants de Perpignan, ils veulent y rester les plus influents. Ils prennent une place qui n'ira qu'en augmentant ; ils deviendront les arbitres et souvent les maîtres du marché » (Vidal, 1899).*

La « grande cohésion » des *hortolans* (Delpech, 1997 : 94) est favorisée par l'organisation de fêtes, de marchés et de cérémonies religieuses régulières, par des privilèges, par un poids numérique considérable et par un système héréditaire fondé sur des lignées de jardiniers. Ainsi, entre 1758 et 1788, les confréries comptent-elles, en moyenne, 330 membres, dont 206 pour celle de St-Jacques, la plus grande d'entre elles qui perdure jusqu'à aujourd'hui (*ibid.*). Leur pouvoir s'exerce au-delà de la filière maraîchère, en matière de justice, de police et de religion. La structuration professionnelle est telle que les jardiniers représentent 20% des membres de corps de métiers à Perpignan en 1758 (*ibid.*).

Au XIX<sup>e</sup> siècle, en remplacement des confréries, la profession se réorganise en syndicats et en corporations.

L'une des plus importantes est la corporation des « horticulteurs du Roussillon » (Peyrière *et al.*, 1938). Fondée en 1884, elle est le plus ancien groupement de jardiniers en France. Devenu le Syndicat Professionnel Horticole du Roussillon, elle a 510 membres en 1938, parmi lesquels des coopératives d'achat et des producteurs. (*ibid.*). Des syndicats de maraîchers et d'horticulteurs sont présents dans chaque zone de production : Elne, Pézilla-la-Rivière, Elne, St-Laurent-de-Salanque, Céret compte chacun de 300 à 550 membres dans les années 1930 (*ibid.*). Tous font partie de la Fédération régionale des associations de producteurs de fruits et légumes du Roussillon qui fait le lien avec leurs équivalents dans les autres régions et au niveau national.

Ils structurent la profession à travers la participation à des concours agricoles, l'organisation de voyages d'étude et de bals, l'approvisionnement en semences, en plants et en engrais et le travail conjoint avec la Société Agricole, Scientifique et Littéraire en vue de documenter l'activité (Peyrière *et al.*, 1938). Il n'en faut pas moins à Peyrière et à ses coauteurs (1938) pour décrire « l'esprit de solidarité qui anime cette catégorie d'agriculteurs » (*ibid.* : 225).

Aujourd'hui, les maraîchers se regroupent au sein de syndicats professionnels, comme la FDSEA 66 (Fédération départementale des syndicats d'exploitants agricoles), Jeunes Agriculteurs 66, Coopération Agricole Occitanie et la Confédération paysanne. Ces structures ont toutefois été très rarement mentionnées durant l'enquête.

Des structures associatives relient les acteurs du bassin au-delà de la profession maraîchère :

- Les chefs gastronomiques du département réunis dans l'association des Toques Blanches,
- L'association Slow Food Pays Catalan.

#### **2.2.1.12.2 Indications géographiques**

Le bassin maraîcher accueille deux indications géographiques sur des légumes : l'AOP Pomme de terre Béa du Roussillon et l'IGP Artichaut du Roussillon. Ces deux démarches entrent en résonance avec l'oignon de Toulouges dans la mesure où des acteurs se réfèrent à ces initiatives pour défendre ou, à l'inverse, rejeter un projet d'IG sur l'éco-type.

La pomme de terre primeur Béa du Roussillon devient une AOC en 2006 puis une AOP en 2012. Elle correspond à une seule variété, la Béa, de forme allongée, jaune pâle, à la peau fine et lisse et au goût sucré. Elle est cultivée en plein champ, dans un climat méditerranéen, sur des sols alluvionnaires et est récoltée de mai à juillet<sup>56</sup>.

L'Artichaut du Roussillon labellisé IGP en 2015 recouvre cinq variétés sélectionnées pour leur douceur gustative et leur qualité de conservation : le Calico, le Salambo, le Macau, le petit violet et le pop vert. Il se récolte au printemps et, également, à l'automne pour le petit violet.

---

<sup>56</sup> Voir « Connaître les labels de qualité » sur le site Internet du Département des Pyrénées-Orientales et accessible par le lien suivant : <https://www.ledepartement66.fr/connaître-les-labels-de-qualite/>

La culture prend place dans la partie nord de la plaine littorale marquée par un climat méditerranéen et des sols souples et peu argileux.<sup>57</sup>

Les deux appellations sont respectivement gérées par le Syndicat de défense de la pomme de terre primeur du Roussillon et par le Syndicat professionnel démarche qualité artichaut du Roussillon. Les débats survenus au moment de la rédaction du cahier des charges et la fréquente évocation de ces produits durant l'enquête montrent que ces produits font partie de l'identité sociale et professionnelle du bassin maraîcher et qu'une importance est accordée aux IG et ce, non sans controverses (cf. Chapitre 7, 3).

### **2.2.1.12.3 Bassin maraîcher et identité catalane**

Difficile de ne pas parler d'identité sociale et professionnelle sans évoquer l'identité catalane. Loin d'être systématiquement mentionnée, elle n'en est pas moins présente dans les propos de certains enquêtés.

Jusqu'en 1659, la zone d'étude est rattachée au Principat de Catalogne qui est une entité politique indépendante. Le catalan est, à cette époque, parlé par la population mais son usage est oral et peu écrit (Berjoan, 2009). Au XIXe siècle, dans un contexte d'affirmation de l'idée nationale, des intellectuels roussillonnais remettent en avant cette langue qu'ils jugent menacée de disparition. Ils en font un « objet d'étude et de fierté » (*ibid.*) : ils défendent l'existence d'une littérature catalane et structurent la langue d'un point de vue grammatical et orthographique.

La défense de la culture catalane prend une portée politique et nationaliste avec la création de mouvements nationalistes et celle du Centre Catalanista en 1882 (*ibid.*). Dans la seconde moitié du XIXe siècle, la spécificité d'une identité locale, des particularités linguistiques, politiques, culturelles sont ainsi affirmées et la Catalogne est érigée en tant que nation (Carrera, 2014 ; Solère-Sangla, 2019a).

En dépit de cela, la cause catalane ne fait pas l'unanimité. Des débats intenses opposent les catalanistes aux mouvements régionalistes qui défendent une identité roussillonnaise pour certains ou occitane pour d'autres (Solère-Sangla, 2019b). De même, à la fin du XIXe siècle, le fossé se creuse entre les intellectuels de Catalogne française et espagnole. Là où en Espagne,

---

<sup>57</sup> Voir « Connaître les labels de qualité » sur le site Internet du Département des Pyrénées-Orientales et accessible par le lien suivant : <https://www.ledepartement66.fr/connaître-les-labels-de-qualité/>

le catalanisme prend une dimension politique et nationaliste affirmée, en France, il vise davantage à défendre une identité culturelle propre sans remettre en cause l'appartenance à l'État français (Berjoan, 2009). En Espagne, le catalanisme s'affirme durant la Seconde République de 1931 à 1939 avant d'être réprimé par Franco. Il fait son retour sur le devant de la scène dans la décennie 2010 avec l'organisation d'un référendum sur l'indépendance de la Catalogne en 2017.

La référence à la Catalogne a été ainsi faite par plusieurs interrogés. Elle peut alors être utilisée sans jugement de valeur ou être revendiquée comme un objet de fierté (cf. Chapitre 6, 3.2) ou au contraire servir un propos négatif sur le secteur (cf. Chapitre 7, 2.2.1).

Elle apparaît particulièrement importante lors de l'évocation de recettes de cuisine ou dans les échanges avec des chefs cuisiniers. La cuisine catalane compte, parmi ses plats phares, l'*ollada* (ouillade), les *boles de picolat* (boules de hachis), la *calçotade*, la *cargolada* (cargolade), l'escalivade. Cuisson en bouillons, grillades, cuisson au four ou à l'étouffée (mijotée) utilisation d'épices (safran, poivre), de poisson, de légumes (Thibaut-Comelade, 2017), accompagné de pâtes (*fideus*) ou de riz.

L'identité catalane est apparue dans les entretiens, avec une représentation ambivalente : elle est un objet de fierté pour les uns et de critique pour d'autres. Son évocation peut être négative et servir une critique du maraîchage local. La Catalogne est ainsi un référentiel pour l'identité sociale et professionnelle. Ce point sera précisé en Partie 3 (cf. Partie 3, 3.2, 2.2.1).

#### **2.2.1.12.4 Les maraîchers : au cœur d'une représentation partagée**

Je terminerai cette partie sur l'identité sociale et professionnelle du bassin maraîcher en mentionnant les représentations dont font l'objet les maraîchers. Ces représentations très partagées se retrouvent dans les propos tenus par les interrogés et méritent donc d'être recontextualisées à l'aide de documents d'archives.

Dans un rapport sur la société coopérative de la chambre syndicale des jardiniers d'Elne, la Direction des services agricoles des Pyrénées-Orientales affirme que les maraîchers sont une « population honnête, laborieuse, économe » et qu'ils sont les « meilleurs artisans de la fortune publique » (Direction des services agricoles des Pyrénées-Orientales, 1929). D'autres propos sont moins élogieux, critiquant la profession pour son conservatisme et son « hostilité aux innovations » (Delpech, 1997 : 94). Poeydavant juge, en 1778, que « l'habitant [...] laisse tout bonnement agir la nature » (Poeydavant, 1778). En 1974, Roger Sirach rédige un



mémoire de géographie sur la coopération dans le secteur fruits et légumes des Pyrénées-Orientales et porte, à cette occasion, un regard pessimiste sur la coopération qui ne serait qu'un acte intéressé lors de crises : « on apporte à la coopérative quand « ça va mal », donc pour « éponger les coups durs », mais on préfère se substituer à elle, quand la conjoncture est favorable pour réaliser ces fameux « coups de marché » » (Sirach, 1974) : « le mouvement coopératif dans les P.-O. est parvenu à une situation globale de quasi paralysie » (*ibid.*). Sirach justifie alors les difficultés du secteur maraîcher par « le caractère individualiste des exploitants » (*ibid.* : 5) et par leur « mentalité préjudiciable » (*ibid.*). En 1993, l'historien Jacques Delon dresse également un portrait peu flatteur des maraîchers :

*« L'attachement aux anciennes pratiques inspire aux cultivateurs une aversion insurmontable pour tous les usages qu'ils n'ont pas reçus de leurs ancêtres et éloigne d'eux les découvertes qui sont le fruit du génie et de l'expérience. En général, ils sont peu instruits, peu observateurs et fortement prévenus contre les innovations de tous les genres. » (Delon, 1993)*

Ces représentations, négatives et positives, ambivalentes participent de l'identité sociale et professionnelle du bassin maraîcher et du micro-bassin de l'oignon de Toulouges. Elles ont, en effet, transparu dans les discours d'enquêtés, notamment, lorsqu'ils dénonçaient l'absence de label et de mobilisation autour de ce produit.

### **2.2.1.13 Milieu innovateur**

Dès le début du XXe siècle, des essais sont menés sur des variétés, des intrants, engrais, traitements en vue de réaliser des « innovations techniques » (Peyrière *et al.*, 1938). Aujourd'hui, le milieu innovateur se structure autour de trois stations expérimentales.

La SICA Centrex ou Centre Expérimental des Fruits et Légumes du Roussillon est créé en 1975 à Torrellas et dispose de 26 hectares en plein champ, en AB et en conventionnel pour effectuer de la Recherche & Développement sur les variétés, l'optimisation technique et économique des itinéraires de production et la réduction des produits phytosanitaires. Initialement spécialisée dans l'abricot, la SICA s'ouvre à tous les fruits et légumes en 1990. Les légumes étudiés sont la salade, l'artichaut, le céleri branche et la patate douce. Les résultats sont présentés lors de visites, de formations, dans de rapports, articles dans la presse spécialisée ou dans des revues scientifiques. En tant que Société d'Intérêt Collectif Agricole (SICA), elle compte parmi ses sociétaires la Chambre d'Agriculture et le Département des

Pyrénées-Orientales, le CIVAM Bio 66, l'INRAE, deux associations de producteurs et de coopératives et le CTIFL.

L'Unité expérimentale de l'INRAE à Alénya s'étend sur 5400m<sup>2</sup> de tunnels ou en multi-chapelles et cultivé en AB depuis 2013. Les 20 membres permanents rattachés au département de recherche ACT (Action, transitions et territoires) se consacrent à l'étude du maraîchage sous abri. Si l'INRAE est aujourd'hui présente à Alénya, cela fait suite à la demande, dans les années 1960, de producteurs et à la mise à disposition de terres par le Conseil Général. À ses débuts, en 1968, la station a pour finalité le développement de nouvelles variétés et méthodes culturales (Sirach, 1974). Sont créés des variétés hybrides de tomates et de laitues (Sirach, 1974). Les problématiques ont changé depuis : l'intérêt se porte désormais sur l'agroécologie, la diversification des cultures, la santé des sols, les alternatives aux produits phytosanitaires dans la lutte contre les bio-agresseurs et les exigences de qualité dans la commercialisation des légumes frais. L'unité mène, en outre, des démarches participatives où sont conviés maraîchers, conseillers techniques, acteurs de la commercialisation.

La station expérimentale BioPhyto du CIVAM Bio 66 à Théza s'étend sous 2000m<sup>2</sup> de tunnels. « La station, elle a été créée en 1993, suite à une demande des producteurs parce que c'était l'époque où il y avait beaucoup de questionnements sur le bio. Les producteurs se demandaient ce que ça pouvait donner le bio. » (C1). Au départ, les surfaces sont partagées entre du conventionnel et du bio puis sont converties dans leur intégralité en 2008. Cette station est une des seules en France à être gérées par un CIVAM. Les études portent sur la gestion des ravageurs et des maladies et sur la comparaison de variétés de tomates, de concombres, de fenouil, de modes de cultures et d'itinéraires techniques : des essais ont par exemple porté sur la permaculture, le travail du sol et l'agroforesterie. Les résultats sont ensuite divulgués aux adhérents de l'association par des rapports écrits ou des visites sur site.

Des liens existent entre ces trois stations, via les commissions, les assemblées générales et les conseils scientifiques qui décident des essais. Des représentants de la Chambre d'Agriculture, du CIVAM, de l'INRAE sont présents dans ces instances et se rendent régulièrement visite. Aussi, ces stations peuvent-elles être considérées comme complémentaires. L'INRAE et le CIVAM ont leur station exclusivement sous abri et en AB tandis que la SICA est en plein champ et en conventionnel. Du fait de leur rattachement à un organisme de recherche, l'unité a

comme objectif la « production de connaissances »<sup>58</sup>. Moins contrainte par des délais pratiques, elle peut mettre en place des essais sur des périodes plus longues, sur plusieurs années et avec un plus grand nombre de variables en comparaison.

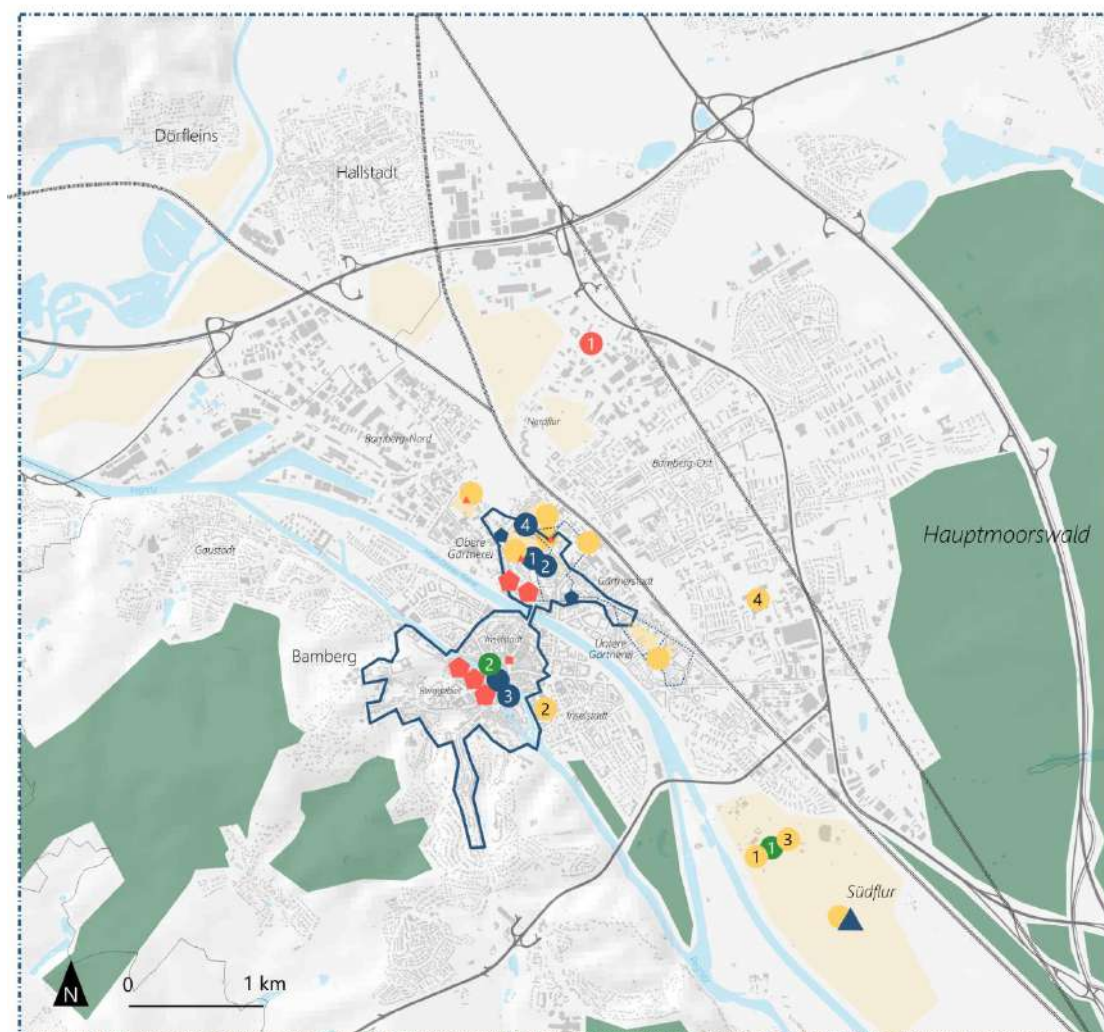
### **2.2.2 Le bassin maraîcher de Bamberg**

Les parcelles maraîchères se concentrent autour de Bamberg et de ses communes limitrophes le long de la rivière Regnitz et sur les premiers contreforts des massifs de collines environnants (cf. Figure 40). Le bassin, même s'il n'est pas strictement délimité, s'étend de Frensdorf et Hirschaid au sud, Memmelsdorf à l'est, Dörfleins au nord, Priesendorf à l'ouest. Il est donc plus restreint que la zone d'enquête qui va jusqu'à Nuremberg au sud et Lichtenfels au nord. Bien que du maraîchage soit également présent à Forchheim ou dans les massifs, il s'avère peu organisé et trop ponctuel pour être considéré comme faisant partie d'un bassin de production.

---

<sup>58</sup> Entretien CH2

Figure 40 Le bassin maraîcher de Bamberg (réalisation : Jaume, 2023)



- Villes
- Axes routiers
- Surface bâtie
- Spécificité pédoclimatique**
- Cours d'eau
- Relief
- Forêt
- Système sociotechnique**
- Zones de production maraîchère
- Sièges d'exploitations
- Noms des secteurs de production
- Système marchand**
- Marché quotidien de Bamberg
- Autres marchés de plein vent
- ▲ Stand de vente directe dans des exploitations
- ◆ Restaurateurs s'approvisionnant chez des maraîchers de Bamberg
- Sièges de grossistes Denschelmann-Wellein
- Système d'encadrement technique**
- ① Siège de la LWG
- ② Siège de l'AELF Bamberg
- ③ Kompetenzzentrum Ökogartenbau et Öko-Akademie
- ④ Berufsschule spécialisée dans le maraîchage
- Système politico-administratif**
- Mairie de la ville de Bamberg
- Espace muséographique**
- ① Sortengarten
- ② Gärtner- und Häckermuseum
- ③ Centre du patrimoine culturel mondial
- ④ Plateforme-point de vue sur la Gärtnerstadt
- Route agritouristique**
- Sentier de découverte de la Gärtnerstadt
- Fête populaire et professionnelle**
- Parcours de la procession ?
- Identité sociale et culturelle**
- Périmètre UNESCO
- IGP Bamberger Hörnla
- Eglises de la Gärtnerstadt
- ▲ Solawi
- Milieu innovateur**
- Station expérimentale de la LWG
- Université de Bamberg

### 2.2.2.1 Historique

La présence de cultures maraîchères à Bamberg est attestée dès le XI<sup>e</sup> siècle (Beese *et al.*, 2009 : 8) (Weiss, 1974). Un jardinier du nom de Fritz Pleinser est mentionné pour la première fois dans un texte de 1368 (Dürrwächter, 1923). Les exploitations, principalement familiales, se concentrent dans les vallées de la Regnitz et du Main et produisent légumes, plantes médicinales et aromatiques et réglisse. À Bamberg, les parcelles se répartissent dans les parties basses et hautes de la ville, sur la rive droite de la Regnitz (cf. Figure 42) (Dengler-Schreiber, 2013). Elles sont, dans ce cas, fréquemment cultivées par des communautés monastiques et côtoient vignes et vergers (Haupt 1866 ; Dürrwächter, 1923 ; Keech et Redepenning, 2020). L'extension des terres maraîchères se fait ensuite sur les parcelles céréalières situées dans la vallée, à l'ouest de Bamberg (Dürrwächter, 1923). Aux alentours de 1400, trente familles travaillent dans l'horticulture : elles sont soixante-dix en 1450 (*ibid.*). Les légumes, bien que de plus en plus produits, occupent une moindre place par rapport aux céréales, pommes de terre et légumineuses et ce, comme dans le reste de la Haute-Franconie (Weiss, 1974). En 1427, un rapport des services fiscaux écrit que « du vin, du blé, de l'orge, de l'avoine, de l'épeautre, de la vesce, des lentilles, du lin, du chanvre, du houblon, des betteraves, des herbes, du sarrasin »<sup>59</sup> (*ibid.*) sont produits à Bamberg.

---

<sup>59</sup> Texte original : « Wein, Korn, Gersten, Habern, Erbeis, Wicken, Linssen, Bonn, Hirsch, Flachs, Hanf, Hopfen, Rüben, Kraut, Tatteln » (Bamberger Verordnungen in Betreff, des Getreides, 1427 cité par Weiss, 1974) (traduction personnelle)

Illustration 8 Carte de Bamberg par Merian (1687) qui localise des terres maraîchères aux abords de la ville (source : Weiss, 1974)



Pour augmenter les surfaces agricoles et pallier la croissance urbaine, la vallée de la Regnitz est déboisée, défrichée et les marais sur sa rive droite asséchés. Les sols alluvionnaires et sablonneux peu propices au maraîchage sont améliorés par des engrais organiques. La production maraîchère s'organise progressivement sur l'*Inselstadt* (l'Île centrale) et sur la rive droite de la Regnitz où deux pôles se développent : d'une part autour de l'abbaye de St-Gandolf, édifée » au XIe siècle et dont le saint est devenu le protecteur des jardiniers, autour de la paroisse St. Martin, à proximité de l'actuelle Eglise St-Otto (Beese *et al.*, 2009 : 7) d'autre part. Au XIXe siècle, la division est officialisée par deux dénominations distinctes et encore usitée aujourd'hui : l'*Obere Gärtneri* (Jardin Supérieur) et l'*Untere Gärtneri* (Jardin Inférieur). Aujourd'hui, l'*Obere Gärtneri* est ceinte par les Josefstraße, Nürnberger Straße, Moostraße et Egelseestraße. L'*Untere Gärtneri* se compose de plusieurs parties, dans un périmètre délimité par les Ludwigstraße, Memmelsdorfstraße, Heiliggrabstraße, Mittelstraße, Hallstadter Straße, Siechenstraße, Spiegelgraben (Wussmann, 1996) (cf. Figure 43).

Au XVIe siècle, sous l'influence des *princes-évêques*, les producteurs se spécialisent dans les légumes et se tournent vers l'exportation. Bamberg se distingue alors du reste de la Haute-Franconie où céréales, légumineuses et pommes de terre prédominent (Weiss, 1974) et où la production de légumes n'est que vivrière.

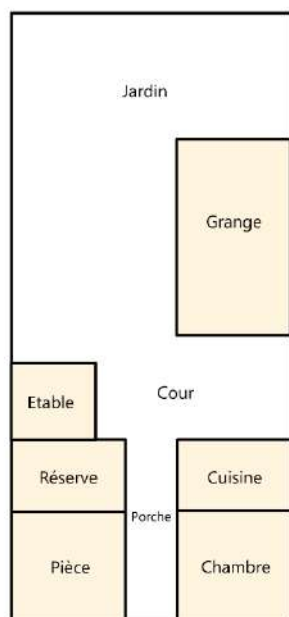
La réglisse, l'oignon, la marjolaine et les semences de légumes sont exportés par voie fluviale jusqu'aux Pays-Bas puis dans toute l'Europe. Sebastian Münster et Sebastian Frank, deux chroniqueurs du milieu du XVI<sup>e</sup> siècle, décrivent la prospérité des jardins de Bamberg (Weiss, 1974). Des poèmes vantent la productivité des terres et la particularité des jardins urbains (Dürnwächter, 1923). Les maraîchers s'appuient sur un climat doux et ensoleillé favorable au maraîchage (*ibid.*) et sur la proximité de voies commerciales internationales.

Autour des années 1850, la maison-type du jardinier (*Gärtnerhaus*) se développe et reste prégnante jusqu'au XX<sup>e</sup> siècle (Beese *et al.*, 2009). Suivant ce modèle, l'habitation n'a qu'un étage et est construite le long de la rue. Un large porche, suffisamment large pour que charrettes et voitures accèdent à une cour, une grange, une écurie et un jardin-potager situés à l'arrière de la maison (cf. Figure 41). Il existerait actuellement environ 250 maisons de ce type, notamment sur les rues Mittelstraße, Heiliggrabstraße et Nürnberger Straße (Beese *et al.*, 2009).

Illustration 9 Maison typique du quartier de la Gärtnerstadt (Jaume, 2021)



Figure 41 Représentation schématique de la maison des maraîchers bambergeois au sein de la Gärtnerstadt



**La Gärtnerhaus**  
Structure de la maison typique  
des maraîchers bambergeois  
(XVIII-XIXe siècle)

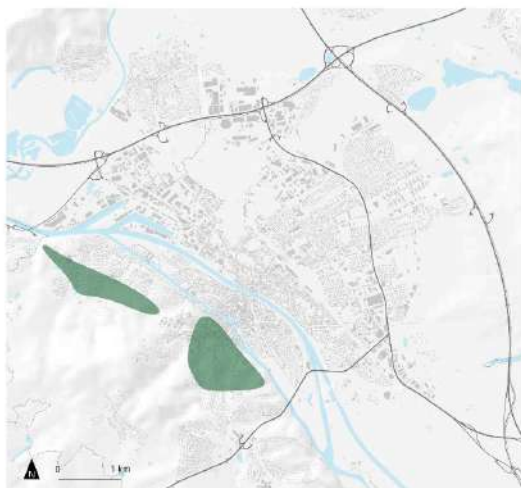
Source : Beese *et al.*, 2009  
Réalisation : Jaume, 2023

L'horticulture atteint son apogée au milieu du XIXe siècle. Avec la disparition du prince-évêché et son remplacement par un pouvoir séculier, des terres agricoles peuvent être possédées par des particuliers et non plus uniquement par des corps religieux. Cet accès à la propriété entraîne une hausse des surfaces et du nombre d'exploitation. Elles sont 540 à la moitié du siècle (Dürnwächter, 1923 ; Beese *et al.*, 2009 : 8), ce qui équivaut à un quart des emplois de la ville (Keech & Redepenning, 2020).

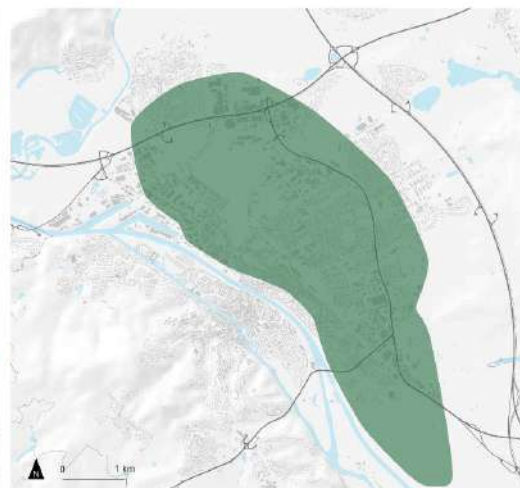


Figure 42 Évolution de la localisation des surfaces maraîchères dans le bassin de Bamberg

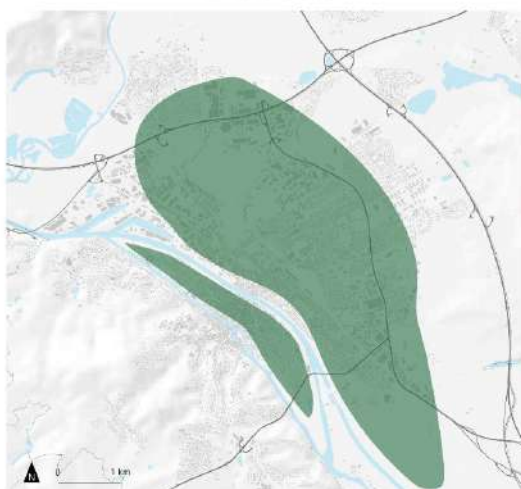
## Trajectoire du bassin maraîcher bambergeois Evolution de la localisation des parcelles



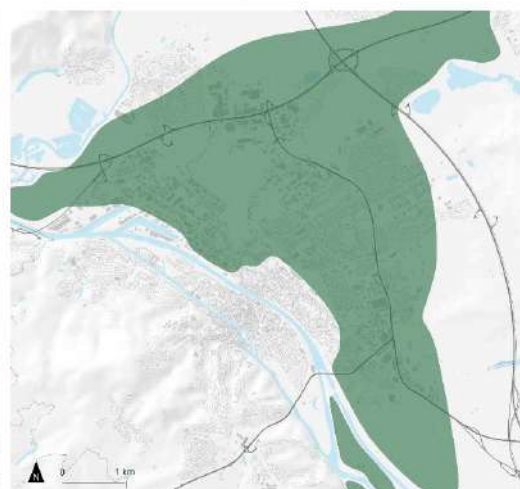
XIVe siècle



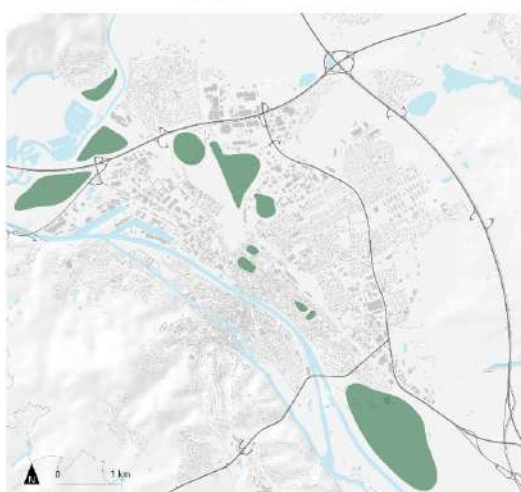
XVIe siècle



Milieu du XVIIIe siècle



Début XXe siècle



Aujourd'hui

■ Localisation des terres maraîchères

Ce découpage fait suite à la compilation  
des informations collectées dans la  
bibliographie et durant l'enquête

Sources :  
Entretiens,  
Gärtner- und Häckermuseum,  
Dürrwächter (1923),  
Unterer Gärtnerverein Bamberg e.V (2012)  
Google Maps

Fond de carte : OpenStreetMap, Geofabrik  
Réalisation : Jaume, 2023

Cependant, les difficultés se multiplient et inaugurent une période d'instabilité qui dure jusqu'à aujourd'hui. Pour L. Dürrwächter, de 1850 à 1923, date de publication de sa thèse, le maraîchage à Bamberg suit une « une histoire en zigzag »<sup>60</sup> (Dürrwächter, 1923) où s'entremêlent phases de prospérité et de crises.

Ainsi, dans cette seconde moitié du XIXe siècle, Bamberg s'urbanise et s'industrialise. La voie ferrée *Ludwig-Süd-Nord-Bahn* construite entre 1842 et 1854 la connecte à des villes bavaroises majeures comme Nuremberg, Aschaffenburg, Augsbourg et Lindau, sur le lac de Constance. L'aménagement des pourtours de la gare et la construction de casernes militaires sur la Pödeldorfer Straße des années 1850 à 1880 se font aux dépens de parcelles maraîchères (Beese *et al.*, 2009 : 9, Lessmeister *et al.*, 2009 : 14). La production se déplace à l'extérieur de la ville, au nord et au sud. L'urbanisation et l'arrivée du chemin de fer ont d'autres effets indirects : baisse de la main d'œuvre disponible, la diminution de la main pression sur les terres agricoles et sur la ressource en eau et concurrence accrue des légumes hollandais et italiens. La production de semences et de plants maraîchers décline (*ibid.*). C'est pourquoi, en 1923, Ludwig Dürrwächter affirme que « les dernières décennies n'ont pas été faciles pour l'horticulture de Bamberg »<sup>61</sup> (Dürrwächter, 1923).

Bamberg n'en demeure pas moins un pôle semencier et maraîcher reconnu en Europe Occidentale. 17 000 tonnes de légumes sont exportées en 1909, soit deux tiers de la production de la ville. Des maraîchers se distinguent par des médailles internationales et sont présents lors d'évènements internationaux comme l'exposition mondiale consacrée aux Beaux-Arts, à l'industrie et à l'agriculture organisée à Dijon en 1858 (*ibid.*).

La suite du XXe siècle n'invalide pas l'hypothèse d'une « histoire en zigzag » (*ibid.*). La Première Guerre mondiale engendre des difficultés liées à des pénuries d'engrais, à l'augmentation des coûts de transport et des matières premières et au manque de main d'œuvre. Durant l'Entre-Deux-guerres, l'urbanisation des terres agricoles se poursuit avec la création de la cité-jardin de la Gartenstadt dans les années 1930. Pour conserver des parcelles maraîchères, des terres arables sont converties en terres maraîchères, comme c'est le cas autour de la Schildstraße et sur la commune limitrophe d'Hallstadt, dans le secteur dit de

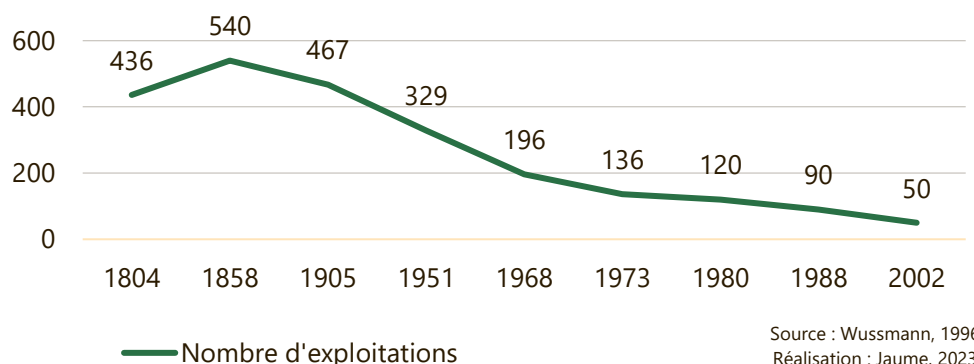
---

<sup>60</sup> Texte original : « *eine zickzack-geschichte* » (traduction de l'auteur)

<sup>61</sup> Texte original : « *So waren die letzten jahrzehnte keine leichte Zeit für die Bamberger Gärtnerei* » (traduction de l'auteur)

Nordflur. Cette conversion permet une relative stabilisation des surfaces occupées par des légumes : de 334 ha en 1913 à 308 dans les années 1970 (*ibid.* ; Lessmeister *et al.*, 2009 : 14). À la sortie de la Seconde Guerre mondiale, les maraîchers de Bamberg connaissent des difficultés croissantes. Le nombre d'exploitations diminue drastiquement.

Graphique 7 Nombre d'exploitations maraîchères à Bamberg d'après Wussmann, 1996



Les exploitations bambergeoises confrontées à la pression foncière et pratiquant principalement la vente directe peinent à rivaliser avec les cultures intensives du Knoblauchslund et de l'Ouest allemand qui livrent en grande quantité la grande distribution (Keech & Redepenning, 2020). Depuis les années 2000, les maraîchers locaux s'orientent vers des « marchés de niche » (*ibid.*) et promeuvent le caractère régional et historique de leurs productions. Les initiatives se multiplient pour sauvegarder et mettre en valeur le maraîchage bambergeois.

### 2.2.2.2 Spécificité pédoclimatique

Des conditions topographiques et pédologiques favorisent la production légumière dans le bassin. La vallée de la Regnitz est à l'abri des vents froids du Nord et de l'Est et connaît un climat plus doux et sec que celui des alentours (Reh & Blum, 2011 : 2). Le sol sablonneux et alluvionnaire est favorable au maraîchage, à la croissance des plantes et son humidité protège du gel.

« Avec le sol à Bamberg, nous n'avons pas vraiment de problème mais ici c'est un très très bon sol. Nous cultivons des légumes depuis des siècles » (M36).

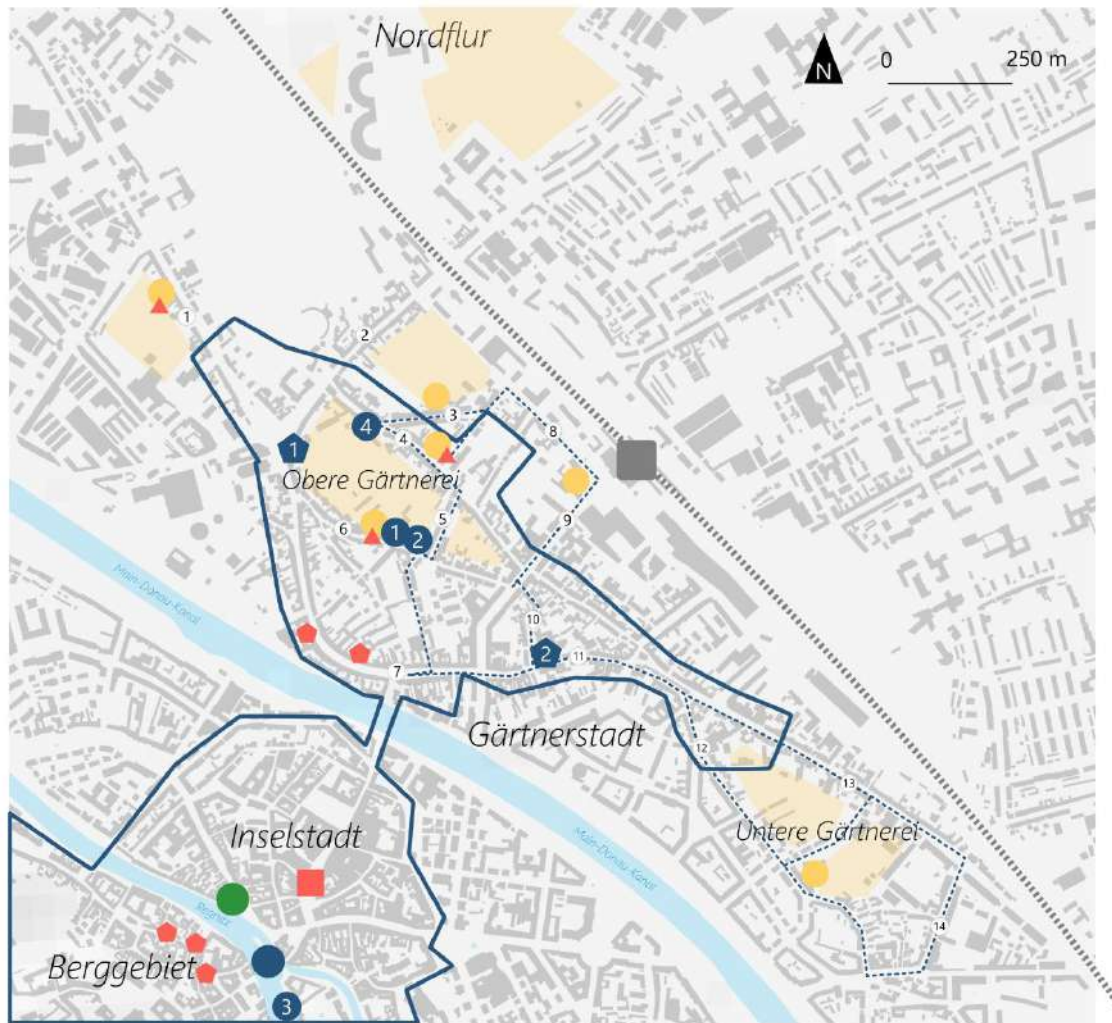
Le climat demeure, cependant continental avec une forte différence saisonnière entre un hiver froid et humide et un été chaud. La culture maraîchère est délicate l'hiver en raison du gel et de la neige. Elle peut prendre place sous abri mais la plupart des maraîchers rencontrés profitent des mois d'hiver, pour faire une pause dans leur activité ou ne vendent que des légumes qui se conservent : courges, oignons, choux, etc.

### **2.2.2.3 Système sociotechnique**

Les exploitations sont majoritairement familiales, conventionnelles et de taille petite à moyenne. Parmi les 22 exploitations identifiées dans le bassin et produisant des légumes ou des plants, la plus grande, l'exploitation Eichfelder, compte 25 hectares de cultures légumières, étalées sur plusieurs communes. Trois sont en agriculture biologique. Les parcelles maraîchères se concentrent dans le fond de vallée, dans trois zones :

- La *Gärtnerstadt*, elle-même divisée entre l'*Obere* et l'*Unteregärtnerei* (Jardin supérieur et inférieur),
- Le Nord de la ville ou *Nordflur*,
- Le Sud de la ville ou *Südflur*.

Figure 43 Le bassin maraîcher de Bamberg à l'échelle du centre-ville de Bamberg et de la Gärtnerstadt



Fond de carte : OpenStreetMap, Geofabrik  
Réalisation : Jaume, 2022

- Surface bâtie
- Gare et voie ferrée
- Quartiers et secteurs
- Spécificité pédoclimatique**
- Cours d'eau
- Relief
- Système sociotechnique**
- Zones de production maraîchère
- Sièges d'exploitations
- Système marchand**
- Marché quotidien de Bamberg
- ▲ Stand de vente directe dans des exploitations
- Restaurateurs s'approvisionnant chez des maraîchers de Bamberg
- Système politico-administratif**
- Mairie de la ville de Bamberg
- Espace muséographique**
- Sortengarten
- Gärtner- und Häckermuseum
- Centre du patrimoine mondial
- Plateforme-point de vue sur la Gärtnerstadt
- Route agritouristique**
- Sentier de découverte de la Gärtnerstadt
- Identité sociale et culturelle**
- Périmètre UNESCO
- IGP Bamberger Hörnla
- ⛪ Eglise St-Otto
- ⛪ Eglise St-Gangolf
- Milieu innovateur**
- Université de Bamberg

Rues structurant la Gärtnerstadt

- ① Hallstadterstraße
- ② Memmelsdorfer Straße
- ③ Spiegelgraben
- ④ Heiliggrabstraße
- ⑤ Spitalstraße
- ⑥ Mittelstraße
- ⑦ Obere Königstraße
- ⑧ Ludwigstraße
- ⑨ Luitpoldstraße
- ⑩ Theuerstadt
- ⑪ Steinweg
- ⑫ Egelseestraße
- ⑬ Nürnberger Straße
- ⑭ Holzgartenstraße

Les exploitations regroupent des parcelles sur ces différents secteurs. Tous sont soumis à une forte pression foncière, rendant leur prix élevé. Déjà, en 1921, un hectare de parcelles de légumes est vendu à 20 000 marks contre 10 000 pour celles avec des céréales, souvent plus éloignés de l'espace urbanisé. Le prix atteint les 60 000 marks pour l'hectare en centre-ville (Dürrwächter, 1923).

Le prix des terres agricoles est en constante augmentation dans le *Landkreis* de Bamberg depuis les années 2000, l'hectare passant de 20 000€ en 2001 à près de 27 000€ en 2017<sup>62</sup>. Sur cette période, la dynamique est inverse à Bamberg, passant de 70 000 à 32 000€<sup>63</sup>. Ces prix sont supérieurs à la moyenne de la Haute-Franconie où il s'élève à 25 000€ en 2017 (*Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt*, 2020). La plupart des surfaces sont en plein champ, la construction d'abris et, en particulier, de serres chauffées faisant à Bamberg l'objet d'une réglementation<sup>64</sup>. Les exploitations ont également souvent un ancrage dans la *Gärtnerstadt* avec une maison maraîchère, son porche, sa grange et son terrain.

#### **2.2.2.3.1 La proximité d'un autre bassin maraîcher : le *Knoblauchsland***

Ce système sociotechnique est en lien étroit avec un autre bassin maraîcher de plus grande envergure : le *Knoblauchsland* (Pays de l'ail) situé entre les villes de Nuremberg, Fürth et Erlangen. Sur 1900 hectares de terres agricoles (Müssenberger, 1959 ; Gabriel *et al.*, 2019), la moitié est consacrée aux légumes et cultivée sur 130 exploitations (*ibid.*). Le maraîchage est pratiqué dès le VIII<sup>e</sup> siècle et se développe grâce à des conditions pédoclimatiques favorables, un soutien des pouvoirs publics locaux et la proximité d'infrastructures de transport majeures. Si c'est la présence notable d'ails et d'oignons au Moyen Âge qui donne son nom au secteur, ces deux cultures sont aujourd'hui secondaires et intégrées à une gamme de légumes plus variée. Au-delà des pommes de terre, choux et carottes, les légumes d'été que sont la tomate, l'aubergine et la courgette sont cultivés de façon croissante. Cela est permis par l'équipement en abris de nombreuses exploitations (*ibid.*). Les légumes du *Knoblauchsland* sont ensuite destinés à un marché régional et national.

---

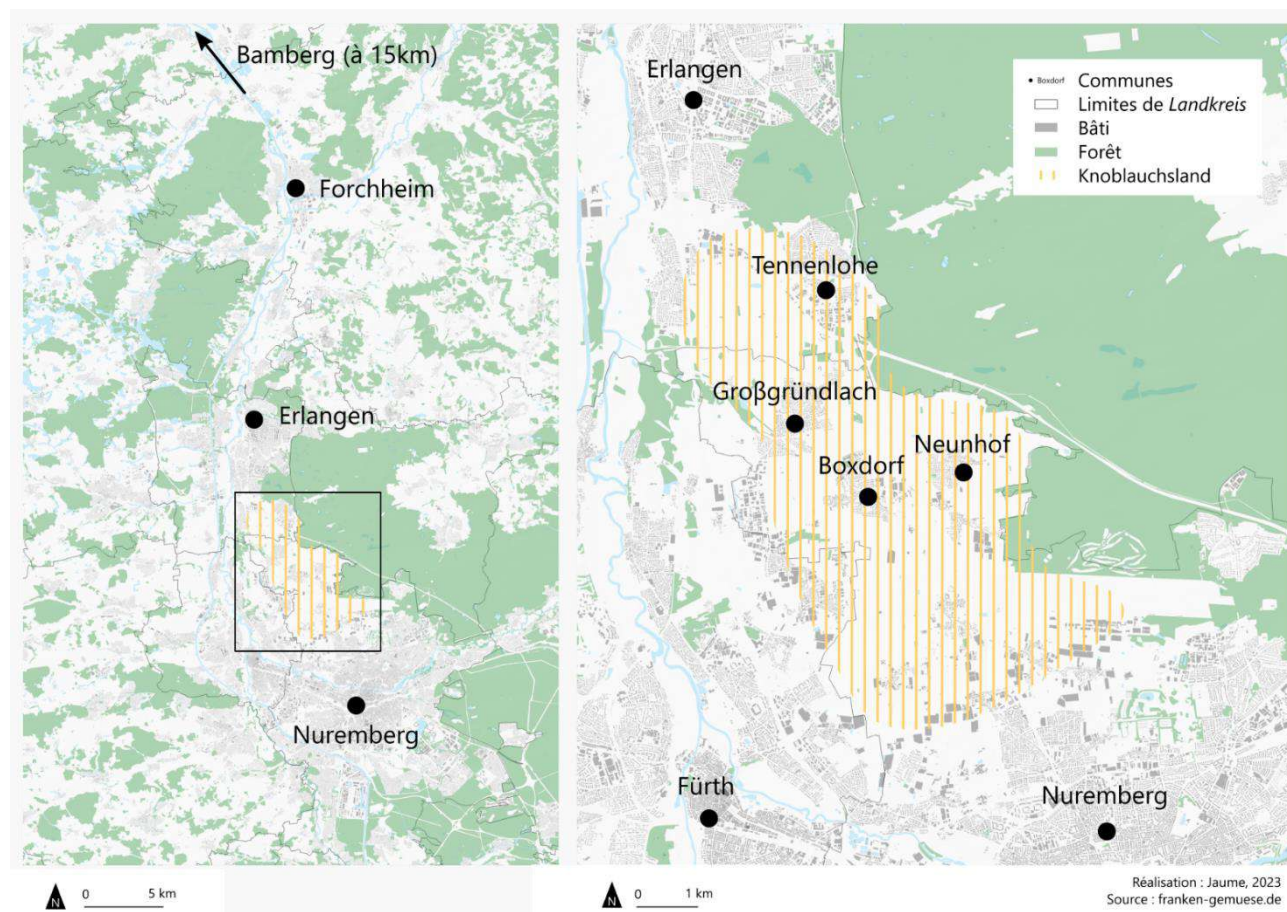
<sup>62</sup> Source : Statistik Bayern et Pro Planta. Données accessibles par le lien suivant : [https://www.proplanta.de/Maps/Bodenpreise+Landkreis+Bamberg\\_poi1545640186.html](https://www.proplanta.de/Maps/Bodenpreise+Landkreis+Bamberg_poi1545640186.html).

<sup>63</sup>Source : Statistik Bayern et Pro Planta. Données accessibles par le lien suivant : [https://www.proplanta.de/Maps/Bodenpreise+Bamberg\\_poi1568105584.html](https://www.proplanta.de/Maps/Bodenpreise+Bamberg_poi1568105584.html)

<sup>64</sup> Sources : entretien M36 et Plan d'urbanisme de Bamberg

Le *Knoblauchsland* se rapproche ainsi des « bassins régionaux » définis par François Sarrazin comme étant de « vastes ensembles productifs spécialisés » (Sarrazin, 2016). Il est un espace de production majeur à l'échelle de l'Allemagne bien que confronté au manque d'eau et de main d'œuvre et à une forte pression foncière (Gabriel *et al.*, 2019).

Figure 44 Le Knoblauchsland, un autre bassin de production maraîcher au sud de Bamberg



#### 2.2.2.4 Système d'emploi

Les exploitants interrogés ont entre un et quatre salariés et recourent à une main d'œuvre à la fois familiale et étrangère, venue notamment d'Europe de l'Est<sup>65</sup>.

Le système d'emploi est soutenu par une offre de formation spécialisée en maraîchage. La formation des maraîchers au sein du bassin est identifiée comme un enjeu dès le XVII<sup>e</sup> siècle avec la corporation des jardiniers qui prend des dispositions dans ce domaine (Weiss, 1974). En 1897, l'association des maraîchers fonde la *Landwirtschaftliche Winterschule* (école agricole d'hiver) et oblige, à partir de 1907, les maraîchers à participer aux cours d'horticulture. En

<sup>65</sup> Entretien M35, M36

1924, sa gestion est reprise par le Land de Bavière qui en fait un Centre national de conseil spécialisé en arboriculture et en horticulture (*Staatlichen Fachberatungsstelle für Obst und Gartenbau*), délivrant un diplôme professionnel d'horticulture après 1936. La présence actuelle de la LWG et de la *Berufsschule* (Ecole professionnelle) à Bamberg est cohérente avec ce contexte. Parmi les neuf écoles professionnelles proposant une formation en maraîchage en Bavière, une se trouve à Bamberg et trois autres dans un rayon de 80km autour de la ville : à Fürth, Schweinfurt et Kitzingen (Gabriel *et al.*, 2019). La *Fachschule* (école spécialisée) de Fürth et la *Meister und Technikerschule* (École de maîtres et de techniciens) de Veitshöchheim gérées par la LWG (*ibid.*) complètent cette offre de formation spécialisée en maraîchage.

#### **2.2.2.5 Système d'encadrement technique**

Du conseil technique est apporté par des acteurs syndicaux, institutionnels, par les fournisseurs d'intrants, par les organismes de labellisation dans le cas de productions biologiques et par trois organismes publics que sont la *Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau* (LWG, Institut bavarois de l'agriculture), la *Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft* (LfL, Institut bavarois de la viticulture et de l'horticulture) et l'*Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten* (AELF, Office de l'alimentation, de l'agriculture et des forêts).

La LWG est une institution autonome liée au ministère bavarois de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Forêts (*Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten*, StMELF) et dont l'action est tournée vers la formation, le conseil et la recherche appliquée en agriculture. Elle est l'équivalent de la Chambre d'Agriculture française. Ses actions ciblées sur le maraîchage passent par trois exploitations expérimentales dont une située à Bamberg et par son École de maîtres et de techniciens de Veitshöchheim.

A l'instar de la LWG, la LfL est rattachée au ministère bavarois de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Forêts et est compétente en matière de formation, de conseil et de recherche appliquée en agriculture.

Enfin, les AELF sont des autorités rattachées au StMELF. Leur particularité est d'être plus localisée : la Bavière en compte quatre dont celle de Kitzingen-Würzburg qui officie pour la région de Bamberg. Elles sont les interlocuteurs locaux entre le Ministère et les agriculteurs. Elles conseillent et forment ces derniers, notamment en matière de gestion d'entreprise et de stratégie commerciale.



À côté de ces organismes publics, des syndicats professionnels délivrent du conseil technique. Citons la *Bayerischer Landesverband für Gartenbau und Landespflege e.V.* (Association bavaroise pour l'horticulture et l'entretien des paysages) et l'*Erzeugerring für Gemüse Main-Dreieck e.V.* (Cercle de producteurs de légumes Main-Dreieck e.V.).

En ce qui concerne l'Agriculture biologique, l'encadrement technique est apporté par les associations en charge de certifications bio – Biokreis e.V., Bioland e.V., Naturland e.V., Demeter e.V., des associations des producteurs biologiques (Gabriel *et al.*, 2019) et la LWG au travers de son *Kompetenzzentrum Ökogartenbau* (Centre de compétence pour l'horticulture écologique) et son *Öko-Akademie* (Académie bio), tous deux basés à Bamberg. Cette dernière est le fruit d'un partenariat entre la LWG, l'AELF de Bamberg, la LfL et des associations de producteurs bio et vise à conseiller les agriculteurs et à organiser des formations et des journées d'échanges.

Le système d'encadrement technique du bassin maraîcher mobilise des acteurs qui ont pour la majorité un périmètre d'action dépassant Bamberg. En dépit de cela, Bamberg apparaît comme un site privilégié d'implantation. Les maraîchers du bassin ont donc un accès privilégié à des formations, des ressources et des interlocuteurs. Deux des maraîchers rencontrés se sont formés à Bamberg<sup>66</sup>.

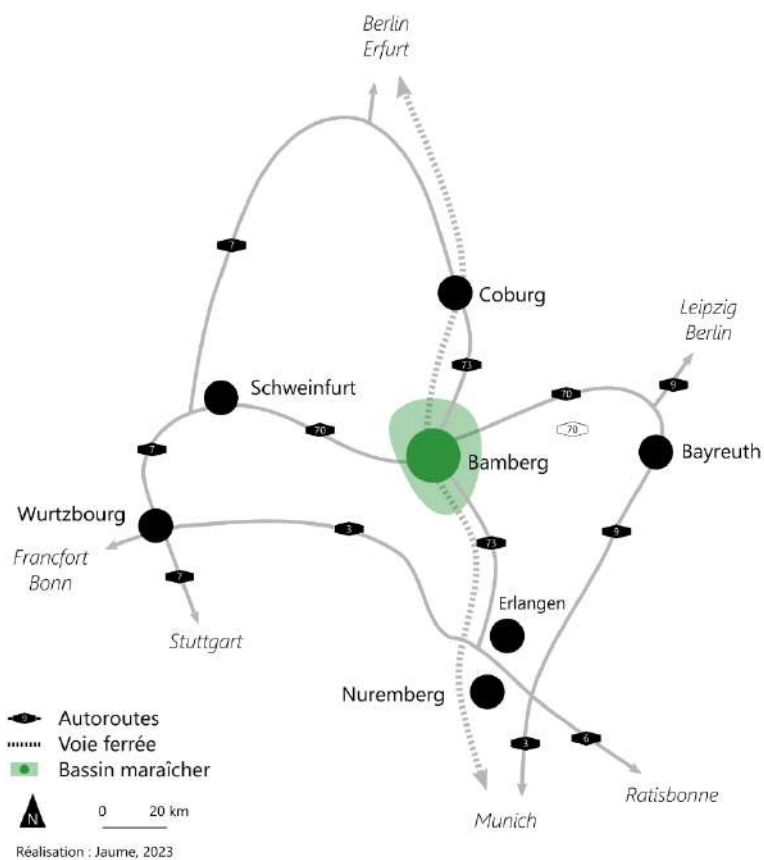
#### **2.2.2.6 Système marchand**

À l'instar du bassin des Pyrénées-Orientales, celui de la région de Bamberg mêle historiquement systèmes marchands local et de grande envergure. Au XVe siècle, les légumes sont vendus en Franconie et en Thuringe et transportés par chevaux. À partir du XVIIIe siècle, l'intensification de la production de légumes et de semences et l'aménagement de voies fluviales permettent l'accès à des marchés plus lointains, notamment la Hollande, l'Angleterre, l'Autriche et la Hongrie. Cependant l'accroissement de la concurrence de bassins maraîchers allemands et étrangers dans la seconde moitié du XXe siècle met à mal cette stratégie d'export et conduit à une réorientation des exploitations bambergeuses vers un système marchand plus local.

---

<sup>66</sup> Entretiens M36, M39

Figure 45 Le bassin maraîcher desservi par des voies de communication à grande échelle



Il prend plusieurs formes :

- Des marchés de plein vent. Celui de Bamberg se tient quotidiennement sur la Max Platz et l'allée piétonne du *Grüner Markt*, dans le quartier central de l'*Inselstadt* (cf. Figure 43).

Illustration 10 Le marché quotidien de Bamberg sur le *Grüner Markt* (Jaume, 2021)



Il s'y tient depuis le XVe siècle. Au début du XXe siècle, environ 80 maraîchers disposent d'un stand (Wussmann, 1996). Leur nombre ne cesse de baisser au point qu'actuellement, Eichfelder soit l'unique maraîcher de Bamberg présent. La quotidienneté du marché et le prix des stands représentent une contrainte pour les maraîchers qui s'orientent vers d'autres canaux de vente<sup>67</sup>. Ce sont principalement des détaillants qui y tiennent des stands. Leurs légumes proviennent du marché de gros de Nuremberg, de producteurs de Nuremberg ou du grossiste De-We implanté à Bamberg<sup>68</sup>.

- Une interrogée prend également part au marché de Forchheim, qui se tient le samedi et le mardi, durant l'été.
- Des stands de vente directe. À Bamberg, ils se tiennent souvent dans la *Gärtnerstadt* au siège historique des exploitations sous le porche qui caractérise les *Gärtnerhäuser* (maisons de maraîchers).
- Des *Hofladen* (boutiques à la ferme) qui regroupent des produits alimentaires locaux et variés : œufs, charcuterie, légumes, produits laitiers provenant d'agriculteurs du secteur ou de grossistes. Ils sont tenus par des commerçants ou par des agriculteurs qui produisent une partie de la production.

---

<sup>67</sup> Entretien M36, M37, M38

<sup>68</sup> Informations obtenues durant les visites du marché et des échanges avec des vendeurs de légumes.

- Des restaurateurs et des GMS qui s'approvisionnent en légumes auprès de maraîchers.

Parmi les structures apportant des légumes extérieurs au bassin maraîcher, deux sont particulièrement importantes.

- Le grossiste Denscheilmann + Wellein GmbH, abrégé De-We et fondé à Bamberg en 1934, compte actuellement 220 salariés et distribue 111 000 tonnes de marchandises : des fruits et légumes, des boissons, de la viande, des fleurs, des produits de boulangeries et des plats préparés. Concernant les légumes, le grossiste en propose frais, prédécoupés ou transformés. Il dispose de sa propre station d'emballage. Les légumes sont obtenus auprès de « producteurs régionaux » (D7), de sociétés d'import-export, d'une centrale d'achat à Hambourg. Ses clients qui sont la grande distribution, d'autres grossistes, la restauration, notamment collective, « viennent à 90% de Franconie et de Bavière » (D7). Ils sont en relation avec les marchés de gros de Munich, Nuremberg et Francfort pour s'approvisionner ou distribuer leurs produits. De-We est une source d'approvisionnement privilégiée pour les restaurateurs implantés dans le bassin maraîcher.
- Le marché de gros de Nuremberg. Dès le XIII<sup>e</sup> siècle, Nuremberg accueille des marchés distribuant à l'échelle régionale des produits laitiers, du vin, de la viande, du poisson, des fruits et des légumes. Le plus important est le *Hauptmarkt* (marché principal) à l'ouest de Nuremberg. Jusqu'en 1917, commerce de gros et de détail prennent place sur les mêmes marchés. C'est en 1917, alors que les volumes échangés croissent fortement que les deux activités sont séparées et qu'un marché de gros est aménagé sur la *Spitalplatz*. Il déménage en 1944 à quelques kilomètres pour s'implanter sur le site actuel en 1959 et bénéficier d'une desserte ferroviaire. Le marché est géré par le *städtische Marktamt* (Office municipal des marchés) et s'impose comme un des plus grands d'Allemagne. S'étendant sur 16 hectares, il voit transiter 200 000 tonnes de légumes chaque année auxquelles s'ajoutent une large gamme de produits : fruits, viandes, poissons, fleurs. Les vendeurs installent leur marchandise dans des emplacements (Ville de Nuremberg, 2009). Parmi eux, 80 producteurs du *Knoblauchsland*, reconnaissables aux caisses vertes consignées suivant un système mis en place par la *Metropol Region* (Région métropolitaine) de Nuremberg. Les sessions

de vente se tiennent du lundi au vendredi de 5h à 11h<sup>69</sup>. Dans ce laps de temps, 2000 acheteurs peuvent accéder au marché. Il s'agit principalement de grossistes, détaillants, transformateurs et restaurateurs, exerçant dans un rayon de 100km autour de Nuremberg. Comme à Perpignan, les prix sont définis chaque jour suivant l'offre et la demande.

### **2.2.2.7 Système politico-administratif local**

Les relations avec les pouvoirs publics et, en particulier, la ville de Bamberg, sont ambivalentes : entre soutien et tensions. Cela marque la trajectoire du bassin depuis le XIVe siècle.

Dürrwächter considère que « l'horticulture de Bamberg [...] est, depuis longtemps, étroitement liée au destin de sa protectrice, la ville de Bamberg »<sup>70</sup> (Dürrwächter, 1923 : 99). Ce sont les princes-évêques qui invitent les maraîchers à exporter leur produit (Dürrwächter, 1923). Au XIXe siècle, la disparition du prince-évêché rebat les cartes et le nouveau pouvoir réorganise le commerce en 1854 et contraint la confrérie des maraîchers (*Gärtnerzunft*) à se dissoudre en 1862 (Dürrwächter, 1923).

Aujourd'hui, la Ville et le *Landkreis* de Bamberg mènent des initiatives en lien avec le bassin maraîcher.

- *Du Landesgartenschau (Exposition agricole de Bavière) au projet Urbaner Gartenbau (Horticulture urbaine)*. En 2012, Bamberg est la ville-hôte de l'Exposition agricole de Bavière (*Landesgartenschau*) (Neufeld & Chilla, 2013). D'octobre à avril, des expositions d'œuvres d'art sont proposées et des jardins sont ouverts au public. La ville profite de cet évènement pour lancer le projet « Horticulture urbaine dans le patrimoine mondial de Bamberg » (Projekt « *Urbaner Gartenbau im Welterbe Bamberg* ») en vue d'aborder avec l'ensemble des acteurs concernés les enjeux touristiques, économiques, agricoles, culturels, urbanistiques et fonciers soulevés par l'horticulture. Sur la base de fonds alloués par l'UNESCO (cf. Encadré 2), l'État fédéral, le Land de Bavière et la Ville de Bamberg, des actions de sensibilisation, de communication, de réhabilitation urbaine

---

<sup>69</sup> Voir la page du Marché de gros de Nuremberg sur le site Internet de la Ville de Bamberg et accessible par le lien suivant : <https://www.nuernberg.de/internet/marktamt/grossmarkt.html>

<sup>70</sup> Texte original : « *sieht die Gärtnerei [...] seit langem enge verknüpft mit den Schicksalen ihrer Schützerin der Stadt Bamberg.* » (traduction de l'auteur)

et de remise en culture de friches se sont concrétisées. Parmi les plus notables, citons le réaménagement du mobilier urbain dans le quartier, la rénovation du *Gärtner- und Häckermuseum* (Musée de l'Horticulture et de la Viticulture) (Keech et Redepenning, 2020), la création du sentier pédestre de la *Gärtnerstadt*, du *Sortengarten* (Jardin des Variétés), de l'*Interessengemeinschaft Bamberger Gärtner* (Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg), de la *Bamberger Süßholz-Gesellschaft* (Société bambergéenne de réglisse), et de supports numériques présentant l'horticulture et d'une aide financière, la *Gartenbauprämie* (prime horticole), aux particuliers et aux associations qui remettrait en culture une zone en friche dans la *Gärtnerstadt*. Ces initiatives seront présentées par la suite. »

#### Encadré 2 Bamberg et son classement UNESCO

Bamberg et sa *Gärtnerstadt* sont inscrites sur la liste mondiale du patrimoine culturel depuis 1993 (cf. Figure 40 et Figure 43). Les organismes reliés à l'UNESCO au niveau allemand prennent ensuite le relais de cette politique de labellisation en lui conférant le statut de patrimoine immatériel pour ses « multiples traditions sociales, religieuses et corporatives qui s'expriment notamment dans les modes d'habitation, les vêtements et la langue » (Hanke & Walz, 2019, traduction de l'auteur). « L'horticulture commerciale du centre-ville de Bamberg » (*Innerstädtische Erwerbsgartenbau in Bamberg*) est ainsi inscrite, en 2014, par le Land de Bavière dans le registre bavarois du patrimoine culturel immatériel (*das Bayerische Landesverzeichnis des Immateriellen Kulturerbes*) et en 2016, par l'Etat allemand dans le registre fédéral du patrimoine culturel immatériel (*bundesweite Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes*). La Ville souhaiterait, dans cette perspective, obtenir une inscription sur la liste mondiale du patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO (Ville de Bamberg, 2017 : 3).

- *La gestion de labels.* Le *Landkreis* et la Ville de Bamberg gèrent, depuis 2004, le label « *Region Bamberg – weil's mich überzeugt!* » (« Région Bamberg - parce qu'elle me convainc ! »). Il récompense plus d'une centaine d'entreprises proposant et utilisant des produits issus du périmètre de Bamberg et de son *Landkreis* : boulangerie, charcuterie, pisciculture, brasseries, élevage, exploitations agricoles en bénéficient et, en particulier, des maraîchers du bassin.

- *Intégration dans des documents d'urbanisme.* L'activité horticole est intégrée dans le *Bebauungsplan* (plan d'urbanisme) de Bamberg, dans le *Flächennutzungsplan* (plan d'occupation des sols) et dans le *Landschaftsplan* (plan paysager). En 2017, la Ville affirme que l'objectif du plan sur le secteur de l'*Obere Gärtnerei* (Jardin Supérieur) est de « de protéger les surfaces horticoles [...] pour la production horticole et de préserver à long terme la zone intérieure entre la *Egelseestraße* et la *Nürnberger Straße* de toute construction », ce qui implique de « donner aux surfaces horticoles urbaines un statut juridique clair qui les protège efficacement contre la construction »<sup>71</sup>.

Dans ce document, la Ville souligne à de très nombreuses reprises la spécificité historique des jardins urbains bambergeois et le classement à l'UNESCO. Elle abroge les plans précédents vieux de plus de soixante ans « qui prévoyaient la viabilisation de l'intérieur de l'îlot » (Ville de Bamberg, 2017 : 3)<sup>72</sup>, composés des terres maraîchères. Les parcelles accueillant une activité horticole professionnelle comme celles entre l'*Egelseestraße* et la *Plattengasse* sont classées comme espace vert et sont protégées de toute urbanisation (Ville de Bamberg, 2017 : 5). L'utilisation des terres entourées de maisons comme c'est le cas dans l'*Untere* et l'*Obere Gärtnerei* ne pourra qu'être agricole mais cette activité peut être assurée par un professionnel, par un particulier ou par une association. Le plan d'urbanisme cherche ainsi à intégrer « des formes alternatives d'horticulture urbaine »<sup>73</sup> où « aucun aspect économique n'est associé »<sup>74</sup>. Le document oblige à promouvoir les mobilités douces et les voies piétonnes pour limiter les nuisances sonores, réglemente la taille des serres, instaure une protection des arbres et des *Wärmemauern* (murs de chaleurs), considérés comme des traces historiques de l'horticulture bambergeoise.

Le choix du zonage et des réglementations a cependant créé de « nombreux litiges et des conflits judiciaires »<sup>75</sup>, reconnaît la ville (Ville de Bamberg, 2017 : 6).

---

<sup>71</sup> Texte original : « *Darüber gilt es auch, den innerstädtischen Gärtnerflächen einen eindeutigen Rechtsstatus zuzuweisen, der sie wirksam vor einer Überbauung schützt.* » (traduction de l'auteur)

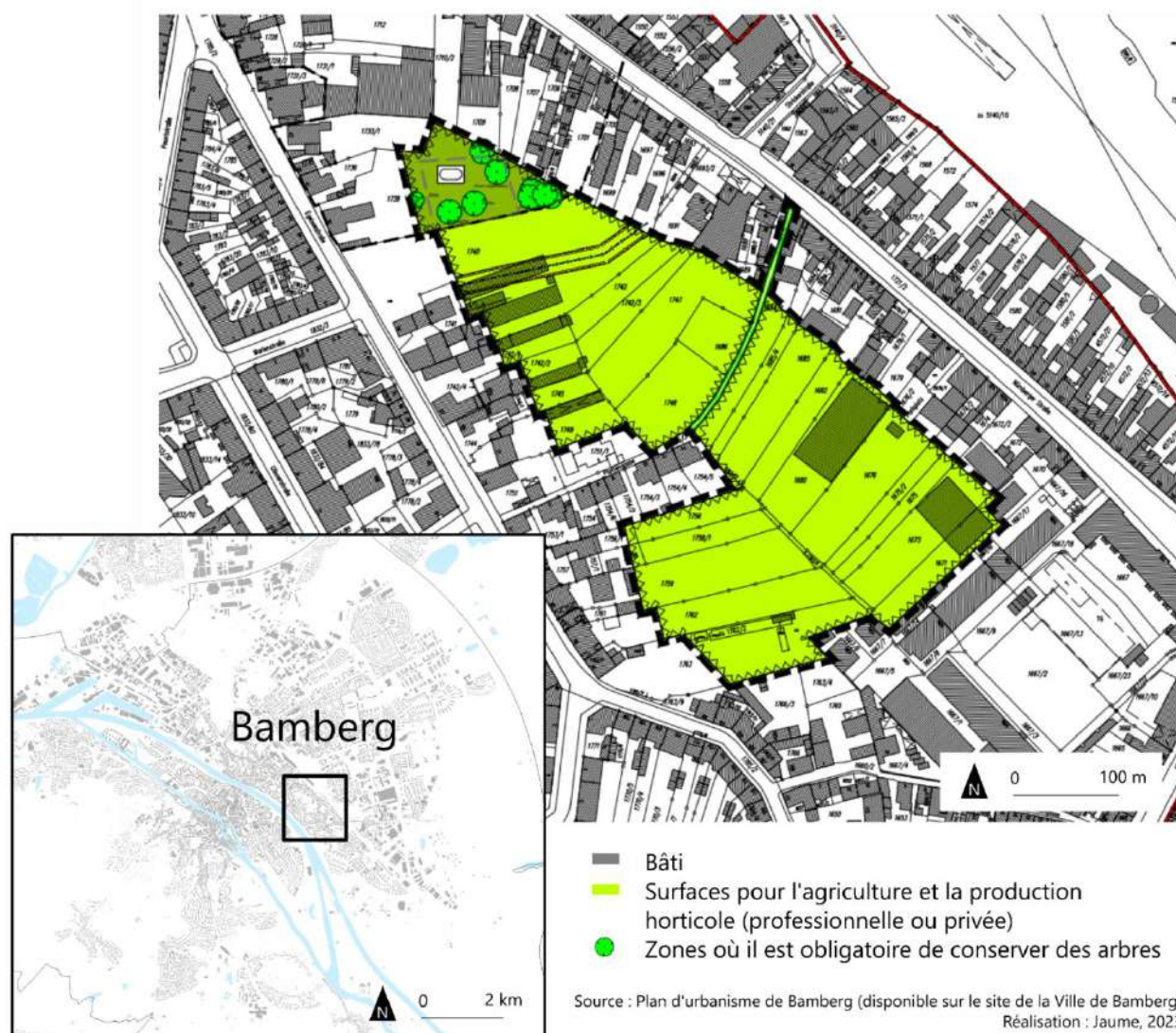
<sup>72</sup> Texte original : « *Die alten Baulinienpläne Nrn. 92 A (1900), 65 D (1908), 92 B (1920) und 5 D (1954), die eine Erschließung des Blockinnenbereichs vorsahen, sollen in einem eigenständigen Verfahren vollständig aufgehoben werden* » (traduction de l'auteur)

<sup>73</sup> Texte original : « *jedoch keine wirtschaftlichen Aspekte damit verbunden werden* » (traduction de l'auteur)

<sup>74</sup> Texte original : « *alternative Formen eines urbanen Gartenbaus* » (traduction de l'auteur)

<sup>75</sup> Texte original : « *Streitigkeiten und gerichtlichen Auseinandersetzungen* » (traduction de l'auteur)

Figure 46 Le Plan d'urbanisme de Bamberg et sa prise en compte de l'activité maraîchère. Extrait au niveau de l'Untere Gärtnerrei (Jardin Inférieur)



Un autre témoignage du lien entre le système politico-administratif et le bassin maraîcher est révélé par la présence de deux maraîchers au conseil municipal de Bamberg (Keech & Redepenning, 2020), dans la liste majoritaire et dans l'opposition.

Malgré ces liens et ces actions, la représentation du système politico-administratif chez les maraîchers rencontrés est teintée de scepticisme. Les maraîchers reprochent les mesures trop ponctuelles de la Ville et leur contradiction avec l'extension des surfaces bâties, industrielles et commerciales au nord et au sud de la ville aux dépens de terres agricoles.



### **2.2.2.8 Espace muséographique**

Trois lieux constituent l'espace muséographique du bassin et deux d'entre eux prennent place dans des maisons traditionnelles de jardiniers, situées côte-à-côte sur la *Mittelstraße* au cœur de la *Gärtnerstadt*.

Le *Gärtner- und Häckermuseum* (Musée de l'Horticulture et de la Viticulture) est géré par une association créée en 1975 par des agriculteurs. Ils reprennent une maison construite en 1767 et vendue par le dernier descendant d'une famille de maraîchers à la Ville. C'est avec le soutien de cette dernière que l'association transforme la bâtisse en musée (Wussmann, 1996 : 131). Ouvert en 1979 et rénové en 2012, le visiteur découvre une reconstitution de la vie des maraîchers au début du XXe siècle : les pièces de vie et le potager à l'arrière du bâtiment<sup>76</sup>.

Le *Sortengarten* (Jardin des Variétés)<sup>77</sup> est un jardin potager créé en 2012 par l'association éponyme, *Verein Bamberger Sortengarten – Grünes Erbe Bamberg e.V.* (Association du Jardin des Variétés – Héritage vert de Bamberg). L'objectif est de sauvegarder des variétés de légumes locales et d'en reproduire les graines. Le jardin de 400m<sup>2</sup> compte plus d'une trentaine de variétés parmi lesquelles les écotypes emblématiques de Bamberg et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. À cela s'ajoute des variétés de choux, de salades, de haricots, de tomates, de navets ou de céréales obtenues grâce à des dons et à des échanges avec des particuliers ou des associations. Chaque semaine, les membres s'y retrouvent pour entretenir le jardin et récolter des graines puis partager un repas avec les légumes fraîchement cueillis. La production de graines se fait suivant les conseils de maraîchers bambergeois avec qui l'association coopère. Le jardin situé sur le terrain de la présidente de l'association, est ouvert au public et accessible par le *Gärtner- und Häckermuseum* qui lui est mitoyen. Les graines sont vendues aux particuliers sur commande ou à la boutique du *Gärtner- und Häckermuseum*.

La troisième composante de cet espace muséographique est le *Zentrum Welterbe* (Centre du patrimoine mondial)<sup>78</sup>. Ce lieu s'inscrit dans le cadre du label UNESCO et est un espace

---

<sup>76</sup> Voir le site Internet de l'association *Gärtner- und Häckermuseum* accessible par le lien suivant : [gaertner-und-haecker-museum.byseum.de](http://gaertner-und-haecker-museum.byseum.de)

<sup>77</sup> Voir le site Internet de l'association *Sortengarten* accessible par le lien suivant : [bamberger-sortengarten.de](http://bamberger-sortengarten.de)

<sup>78</sup> Voir le site Internet du *Zentrum Welterbe Bamberg* accessible par le lien suivant : [welterbe.bamberg.de](http://welterbe.bamberg.de)

d'informations et d'accueil pour les visiteurs et un centre d'exposition. Il présente l'histoire de la *Gärtnerstadt*.

De plus, chaque année sont organisées au printemps des journées portes-ouvertes dans les exploitations, à l'initiative du Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg. Cela crée un espace, si ce n'est muséographique, un espace d'exposition pour les maraîchers qui présentent leurs activités aux visiteurs.

### **2.2.2.9 Route agritouristique**

Aucune route agritouristique n'existe en tant que telle mais un sentier pédestre (cf. Figure 40, Figure 43) est aménagé dans le quartier maraîcher dans le but de présenter l'histoire du quartier et les exploitations. Il s'inscrit dans le cadre du projet *Urbaner Gartenbau* lancée par la Ville de Bamberg en 2012. Des panneaux d'informations sont installés devant les sièges d'exploitations et les lieux emblématiques du quartier tels que les églises, le *Sortengarten* et le *Gärtner- und Häckermuseum*.

*Illustration 11* Panneaux informatifs ponctuant le parcours du sentier pédestre au sein de la *Gärtnerstadt* (Jaume, 2021)



### **2.2.2.10 Fête populaire professionnelle promotionnelle**

La *Fronleichnam* (Fête-Dieu) est l'occasion pour les maraîchers bambergeois de célébrer leur saint patron, saint Sébastien. Le deuxième jeudi après la Pentecôte, en juin, les maraîchers revêtent un costume de cérémonie et prennent part à la grande procession organisée par l'évêché. Ils portent avec eux des statues de saints et, entre autres, une de St-Sébastien et une

du Christ représenté en jardinier, la « *Massdä-Bild* ». Exposés le reste de l'année au *Gärtner- und Häckermuseum*, ils sont ce jour-là, assortis de décorations fleuries. Cette célébration souligne le rôle de la religion catholique au sein du corps maraîcher bambergéois : pour eux, les légumes sont cultivés au nom de Dieu et le jour du *Corpus Christi* représente la cinquième saison de l'année. Des croix et des mémoriaux sont régulièrement installés aux abords des champs au XIXe siècle (Koch, 1874) (cf. Illustration 12). De même, le quartier maraîcher présente de nombreuses croix dont une sur la *Mittelstraße* et marquant la frontière entre l'*Obere* et l'*Untere Gärtneri* (Jardin Supérieur et Inférieur) (Wussmann, 1996). Les maraîchers ne sont pas les seuls à être présents dans la procession, ils sont accompagnés de confréries et d'associations ecclésiastiques. La Fête-Dieu dépasse, de ce fait, le cadre religieux et apparaît comme une fête populaire durant laquelle il est coutume de manger de la *Bratwurst*.

*Illustration 12 Mémorial représentant St-Sébastien, commémorant les maraîchers morts lors des deux Guerres mondiales et situé au milieu de parcelles maraîchères dans le secteur de Nordflur à Bamberg : un témoin de la dimension religieuse de l'identité professionnelle des maraîchers (Jaume, 2021)*



### **2.2.2.11 Identité sociale et professionnelle**

Les entretiens ont montré la forte identité sociale et professionnelle au sein de la profession maraîchère et, plus largement, au sein du bassin maraîcher. Des pratiques linguistiques, agricoles, religieuses et familiales partagées contribuent à forger cette identité et participent à la « socialisation professionnelle » (Sarrazin, 2016 : 45) des acteurs et à leur « adhésion à des groupes d'appartenance ou de référence » (*ibid.* : 45). Cette identité se traduit par l'existence de structures collectives telles que des confréries et des associations et qui seront

présentées dans un premier temps. Je reviendrai ensuite sur les pratiques linguistiques et familiales qui renforcent le sentiment d'identité.

#### **2.2.2.11.1 Un bassin organisé autour de structures collectives**

La première structure collective à émerger dans le bassin est une corporation (*Gärtnerzunft*), créée, suivant les sources, avant 1450 (Lessmeister *et al.*, 2009) ou en 1693 (Hubertus, 2014). Elle regroupe les exploitations de l'*Untere* et l'*Obere Gärtnerei* (Jardin Inférieur et Supérieur) qui appartiennent, pourtant, à cette époque, à deux territoires distincts : celui de l'archevêché et celui de la Ville. La corporation exerce un pouvoir important. Elle organise la formation des maraîchers, décide des produits à cultiver, de la localisation des parcelles, du déroulement des mariages, baptêmes et oblige ses membres à prendre part à la Fête-Dieu (Lessmeister *et al.*, 2009 : 9). La corporation rassemble 350 maîtres jardiniers en 1787 et 540 en 1840 (Hubertus, 2014). À la fin de l'archevêché en 1803, le règlement s'assouplit et, en 1825, suite à une loi du Royaume de Bavière, elle se transforme en *Gewerbeverein* (association professionnelle) (Lessmeister *et al.*, 2009 : 10). Ce sont finalement les dispositions induites par la *Gewerbeinstruktion* (Instructions professionnelles) du 21 avril 1862 qui entraînent la dissolution de la corporation cette même année. Une association la remplace dès 1863, reprenant ses dispositions dans le domaine productif, économique, de la formation et de la religion. Cependant, les divisions internes conduisent à la scission en deux associations en 1887 : l'une pour l'*Obere Gärtnerei* et l'autre pour l'*Untere Gärtnerei* (Lessmeister *et al.*, 2009). Chacune crée ensuite une structure spécifique aux jeunes membres : « *Verein jüngerer Gärtner der Oberen Gärtnerei* » (Association des jeunes jardiniers du Jardin Supérieur) 1887 et « *Blühenden Gärtnerbund der Unteren Gärtnerei* » (Association des jardiniers florissants du Jardin Inférieur), respectivement créées en 1887 et en 1897 (Lessmeister *et al.*, 2009). L'association de l'*Untere Gärtnerei* perdure jusqu'en 1965 et celle de l'*Obere Gärtnerei* jusqu'en 1975 (Lessmeister *et al.*, 2009). Le souvenir de ces associations est toujours présent, en témoigne les célébrations à l'occasion du 125<sup>e</sup> anniversaire de l'*Untere Gärtnerverein* en 2012 (*Unterer Gärtnerverein Bamberg e.V.*, 2012).

Des groupements dépassent la division entre les deux quartiers de la *Gärtnerstadt*. En 1917, 150 maraîchers créent la *Gärtnergenossenschaft* (Coopérative de jardiniers) afin de défendre leur corps de métier et leurs droits commerciaux et de mettre en place des actions collectives, pour défricher des terres agricoles et organiser la commercialisation des produits dans des circuits longs. Mais, en 1923, ces initiatives n'avaient pas abouti (Dürnwächter, 1923 : 93). 1947

voit la fondation du *Junggärtnergruppe Bamberg* (Groupe des jeunes jardiniers de Bamberg) dont l'objectif est de former les jeunes maraîchers et de défendre leurs intérêts. En 1970, se crée une coopérative horticole qui organise la vente des légumes produits dans l'agglomération bambergeoise et leur expédition en Haute-Franconie, à Hambourg et à Munich. Cela incite des maraîchers à se spécialiser dans le radis, la salade et le chou-fleur et améliore, pour un temps, leur situation (Lessmeister *et al.*, 2009 ; *Unterer Gärtnerverein Bamberg e.V.*, 2012).

Ce retour historique révèle la myriade de structures collectives qui ont ponctué l'histoire du bassin maraîcher. Aujourd'hui, les structures vectrices d'identité sociale et professionnelle au sein du bassin sont :

- *L'Interessengemeinschaft Bamberger Gärtner* (le Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg). Cette association créée en 2011 dans le cadre du projet *Urbaner Gartenbau* réunit 19 exploitations horticoles de Bamberg. Outre l'organisation d'évènements et l'édition de documents de communication, l'IG gère une marque, « *Gutes aus der Gärtnerstadt* ». Elles valorisent les produits répondant aux critères suivants : être cultivé à Bamberg, être vendu dans des circuits de proximités, œuvrer au « maintien des surfaces et de la culture horticole de Bamberg »<sup>79</sup>. Fruits, légumes, herbes aromatiques, plants potagers, fleurs peuvent en bénéficier.
- Le *Fachverein Bamberger Köche e.V.* (Association des cuisiniers de Bamberg) est, depuis 1970, une association visant à promouvoir et développer le secteur de la restauration dans la région de Bamberg à travers des formations, de journées d'échange, de réunions et le *Köcheball*, le bal annuel des cuisiniers. Ses 91 membres sont des restaurateurs, des apprentis et des groupes professionnels liés au secteur. L'association fait partie du *Verband der Köche Deutschlands* (Syndicat des cuisiniers d'Allemagne).
- L'association *Genussregion Oberfranken e.V.* (la région des saveurs de Haute-Franconie) met en avant, depuis 2007, la production alimentaire en Haute-Franconie au travers d'un label, d'opérations de communication, d'expositions, de marchés périodiques, d'ateliers de sensibilisation et de conférences. L'association cherche à créer des liens entre les brasseries, les bouchers, les boulangers, les agriculteurs, les pouvoirs publics et la recherche afin de promouvoir les produits locaux auprès des

---

<sup>79</sup> Voir le site Internet du Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois, accessible par le lien suivant : [gaertnerstadt-bamberg.de](http://gaertnerstadt-bamberg.de)

consommateurs. L'idée a fait des émules en Allemagne, d'autres régions ayant repris ce concept de *Genussregion*. En Haute-Franconie, elle compte 350 membres, parmi lesquels des restaurateurs et des maraîchers rencontrés durant l'enquête.

- L'association Slow Food : le bassin maraîcher est partagé entre deux branches locales du réseau allemand Slow Food créé en 1992 et dont l'objectif est de protéger et de valoriser les productions alimentaires locales et écologiques. La branche du *Mainfranken Hohenlohe* est une des plus importantes d'Allemagne. Son périmètre inclut Bamberg et s'étend à l'est, jusqu'à Aschaffenburg. La branche de Haute-Franconie agit sur un périmètre s'étendant à l'ouest et au nord de Bamberg à Bayreuth. Elles comptent respectivement 650 et 120 membres parmi lesquels des restaurateurs, des agriculteurs, des brasseurs, des bouchers-charcutiers, des magasins, etc. Les deux groupes organisent des ateliers de cuisines, des visites et participent au programme de l'Arche du Goût. Ils recensent, dans ce cadre, des produits locaux à protéger tels que les légumes de Bamberg, la pomme de terre *Hörnla*, la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*, l'ail et le chou frisé.
- Les syndicats professionnels. Les syndicats en lien avec le bassin maraîcher sont, notamment, le *Bundesfachgruppe Gemüsebau* (groupe spécialisé fédéral pour la culture des légumes) implanté notamment à Bamberg, le *Landesvereinigung Gartenbau Bayern e.V.* (Association bavaroise d'horticulture) et le *Bayerischer Gärtnerei-Verband e.V.* (Syndicat bavarois de l'horticulture) ou le *Landesverband des Bayerischen Lebensmittelgroßhandels* (Association bavaroise du commerce alimentaire de gros). Ces structures n'ont cependant été citées que par un maraîcher, ce qui suggère leur moindre influence dans l'identité sociale et professionnelle du bassin maraîcher.
- Une association organise la gestion collective du matériel et des machines agricoles : le *Maschinenring Bamberg e.V.* (Cercle des machines de Bamberg)
- *Transition Town Bamberg* est un mouvement citoyen qui relie une diversité d'initiatives dont certaines en lien avec le maraîchage. Un *Selbsterntegarten* (jardin à cultiver soi-même) a été initié en 2016 et depuis 2017, l'association gère une *Solidarische Landwirtschaft* ou *Solawi* (Agriculture solidaire). Suivant ce modèle présent dans l'ensemble de l'Allemagne, une association loue des terres et emploie un ou plusieurs personnes pour les exploiter (Keech & Redepenning, 2020).

Ces structures collectives révèlent une identité sociale et professionnelle marquée dans le bassin maraîcher. Elle se manifeste également par le partage de références communes, linguistiques, religieuses, agricoles. La place de la religion avec la procession de la Fête-Dieu, la présence des écotypes locaux et l’empreinte laissée par la *Gärtnerhaus*, la maison traditionnelle des maraîchers a déjà été présentée. Abordons, à présent, un dernier vecteur d’identité sociale et professionnelle : la langue.

### 2.2.2.11.2 La langue : une composante de l’identité sociale et professionnelle dans le bassin maraîcher

Les Bambergeois disposent d’un dialecte propre à la Franconie et dérivé du francique oriental (Wussmann, 1996). Dans ce dialecte, le t se transforme en d , k en g et p en b, les g en ch, le r en [ɐ] (Harnisch, 2019). Plus encore, il existe, à Bamberg, un parler développé spécifiquement par la sphère maraîchère : la « *Gärtnersprache* » (la langue des maraîchers) (*ibid.*). Il dérive du francique oriental, du haut-allemand et du slave (*ibid.*).

Pour citer quelques exemples, l’adjectif *Bamberger* (bambergeois) devient « *Bambercher* ». Les deux parties du quartier maraîcher, l’*Untere* et l’*ObereGärtnerei* sont appelés *Üündän* » et *Ööbän* (*Unterer Gärtnerverein Bamberg e.V.*, 2012) ou *Üntera* et *Öbera* (Wussmann, 1996). Les piétineurs d’oignons *Zwiebeltreter* deviennent les *Dswiefeldredä*. L’oignon, *Zwiebl*, remplace *Zwiebel*. L’ail, *Gnoblich*, remplace *Knoblauch*. De même, le chou frisé, *Wirsing*, devient *Wersching* et le salsifis noir, *Schwarzwurzel*, devient *Schdadsinäri*. Ces termes sont repris voire mis en avant dans les entretiens.

Figure 47 Quelques mots en *Gärtnersprache*, la langue des maraîchers

Dialecte	Allemand	Français
Arbesen	Erbsen	Lentilles
Beddäla	Petersilie	Persil
Boddagn, Örbfl	Kartoffeln	Pommes de terre
Bonna	Bohnen	Haricot
Boori, Buuri	Laurch	Poireau
Dszwiefl, Zwiebl	Zwiebel	Oignon
Dswiefeldredä	Zwiebeltreter	Piétineur d’oignons
Fäll	Feld	Champ
Gelba Rum	Karotten	Carotte
Gree, Kren	Meerrettich	Raifort

Hemädspreizer, Schdadsinäri	Schwarzwurz	Salsifis noir
Keesköhl	Blumenkohl	Chou-fleur
Knubli, Knobli, Gnoblich	Knoblauch	Ail
Kolläroom	Kohlrabi	Chou-rave
Maala	Mädchen	Fille
Mälla	Rest, gemüserest	Restes
Miäschling, Wersching	Wirsing	Chou frisé
Radi, Räddich	Rettich	Radis
Radiesla	Radieschen	Radis
Schbargäs, Schbarchäs	Spargel	Asperge
Su, Süüla	Sohn	Fils
Sunna	Sonne	Soleil
Waad	Unkraut	Mauvaises herbes
Üündän und Ööbän, Üntera et Öbera	Untere und Obere Gärtnerei	Jardin Inférieur et Supérieur
Zälloot	Salat	Salade
Source : Wussmann, 1996		

Dans le prolongement de cette *Gärtnersprache* (langue des maraîchers), les noms de famille témoignent également de l'appartenance présente ou passée à la sphère maraîchère et trouvent leur origine dans les activités pratiquées par des aïeux. Neubauer, Eichfelder, Emmerling, Hollfelder, Mayer, Niedermaier, Schumm, Dechant et Burgis sont, par exemple, des noms typiques du bassin maraîcher.

Si l'identité sociale et professionnelle semble donc forte au sein du bassin maraîcher, elle n'en a pas moins des limites. Il ne s'agit pas de la limite décrite par François Sarrazin, pour qui « la référence aux confréries se révèle une fausse évidence, même si elles contribuent à la promotion, elles n'apparaissent pas pertinentes pour les jeunes agriculteurs. Trop souvent dominées par des retraités et des personnes extérieures à la profession ». L'IG, la procession et les autres associations citées mobilisent de « jeunes agriculteurs » ayant repris depuis peu l'exploitation de leurs parents.



La première limite tient plutôt au fait que les structures collectives concernent principalement les maraîchers et non l'ensemble de la filière légumière. La seconde limite tient au fait que malgré les associations, les référentiels communs et la forte interconnaissance, les maraîchers ne forment pas un groupe uni. Plusieurs observateurs constatent dès le XIXe siècle les fortes divergences internes.

*« Il n'y a pas de [type] unique de jardinier... Ils forment différents sous-groupes. Très souvent, les groupes ne se connaissent pas et cela a renforcé la rivalité, l'égoïsme et la concurrence, mais a inhibé la coopération. Chacun a peur de perdre quelque chose s'il s'ouvre à la coopération. C'est l'une des raisons pour lesquelles l'IG Bamberger Gärtner a été créé, pour aider à augmenter le commerce entre les jardiniers » (Keech & Redepenning, 2020)<sup>80</sup>*

L. Dürrwächter fait un constat proche en 1923 :

*« Cette partie [de mon travail sur la coopération des maraîchers] n'est donc pas très réjouissante. Puisse-t-il enfin y avoir un changement positif à l'avenir, que l'on cesse de mettre ses intérêts personnels au premier plan, que l'on oublie les anciennes querelles dans l'intérêt de l'ensemble. Pourquoi faut-il voir l'ennemi dans chaque personne capable, la basse ambition dans chaque engagement pour l'ensemble ? Est-il donc nécessaire d'aigrir la fonction de chaque dirigeant de coopérative et d'association par des critiques acerbes et des soupçons injurieux ? Puisse le jardinier de Bamberg comprendre les signes lui montrant que son existence est menacée par le temps ? »<sup>81</sup>*

Ces auteurs témoignent de clivages entre les maraîchers, entre les différentes familles et, qui plus est, entre l'Obere et l'Untere Gärtneri (Lessmeister et al., 2009). Keech et Redepenning

---

<sup>80</sup> Texte original : « There is no single [type of] gardener . . . They form different subgroups. Very often the groups do not know each other and this has increased rivalry, egoism and competition, but inhibited co-operation. Everyone is worried about losing something if he or she opens up to co-operation. That was one reason why the IG Bamberger Gärtner was established, to help increase trade between the gardeners » (Keech & Redepenning, 2020) (traduction de l'auteur)

<sup>81</sup> Texte original : « so bietet dieser abschnitt wenig erfreuliches. Möchte hier endlich in Zukunft eine Wandlung zum Guten eintreten, möge man aufhören, seine persönlichen Interessen in den Vordergrund zu rücken, möge man den alten Zwist im Interesse des Ganzen vergessen. Warum muss denn in jedem Tüchtigen der Feind, in jedem Eintreten für das Ganze niederer Ehrgeiz, gesehen werden ? Ist es denn nötig, jeden Führer in Genossenschaft und vereinigung durch ätzende Kritik und schimpfliche Verdächtigung sein Amt verbittern. Möge der Bamberger Gärtner die Zeichen der Zeit, seine Existenz ist durch die Zeit bedroht ? » (traduction de l'auteur)

considèrent que les maraîchers ont une « identité conservatrice »<sup>82</sup> qui contribue à renforcer les divisions. La réticence à coopérer a été noté par les maraîchers eux-mêmes et par des acteurs non agricoles durant l'enquête (cf. Chapitre 7, 3).

#### **2.2.2.12 Milieu innovateur**

Le milieu innovateur du bassin est alimenté par des recherches en agronomie et en SHS.

Dans le domaine agronomique, la LWG occupe un rôle important. Outre des publications ponctuelles (Keech & Redepenning, 2020), elle mène des projets de recherche appliquée et dispose, pour cela, d'une station expérimentale située à Bamberg et spécialisée dans le maraîchage biologique. Cette dernière s'étend sur dix hectares en plein champ et sous abri et est cultivée suivant le cahier des charges Naturland. La « matière grise » (Sarrazin, 2016) qui alimente le bassin est également le fruit du *LfL* et de la *Technische Universität München* (Université technique de Munich) qui publient des études sur le maraîchage bavarois et coopèrent avec la LWG dans ses essais.

Le milieu innovateur englobe les SHS, l'histoire, l'économie, la géographie et l'aménagement, en vue de documenter l'activité passée et présente du bassin et d'introduire une réflexion prospective quant à son avenir.

Le projet *Urbaner Gartenbau* témoigne de la place de la recherche dans le bassin. En 2007, lorsque la Ville de Bamberg réfléchit à l'organisation de l'Exposition agricole ou *Landesgartenschau*, prévu pour se tenir en 2012, elle souhaite associer des acteurs de la recherche. La municipalité commande à l'Université de Bayreuth deux enquêtes pour comprendre la place de la *Gärtnerstadt* et du maraîchage dans la ville, ce qu'elle réalise en 2007 et 2008. En juin 2009, un atelier intitulé *Visionen für die Bamberger Gärtnerstadt* (Vision pour la *Gärtnerstadt* de Bamberg) reprend ces éléments. Cette journée qui rassemble la municipalité, une maraîchère, un représentant du *Gärtner- und Häckermuseum*, des chercheurs en ethnologie, en géographie et en architecture issus de cinq universités bavaroises donne lieu à une publication (Lessmeister *et al.*, 2009). Elle fait émerger des pistes d'actions pour le *Landesgartenschau* ainsi que l'idée d'un projet à plus long terme qui se matérialisera par le projet *Urbaner Gartenbau*.

---

<sup>82</sup> Texte original : « conservative (often backward-looking) identities » (traduction de l'auteur)

## **2.3 UN MICRO-BASSIN QUI S'APPUIE SUR LES SYSTÈMES MARCHANDS, POLITICO-ADMINISTRATIFS, D'ENCADREMENT TECHNIQUE ET INNOVATEURS DU BASSIN MARAÎCHER**

Les micro-bassins des écotypes locaux sont liés aux bassins maraîchers qui viennent d'être présentés, c'est-à-dire qu'ils s'appuient sur les systèmes marchands, politico-administratifs, d'encadrement techniques et d'innovation qui s'y déploient.

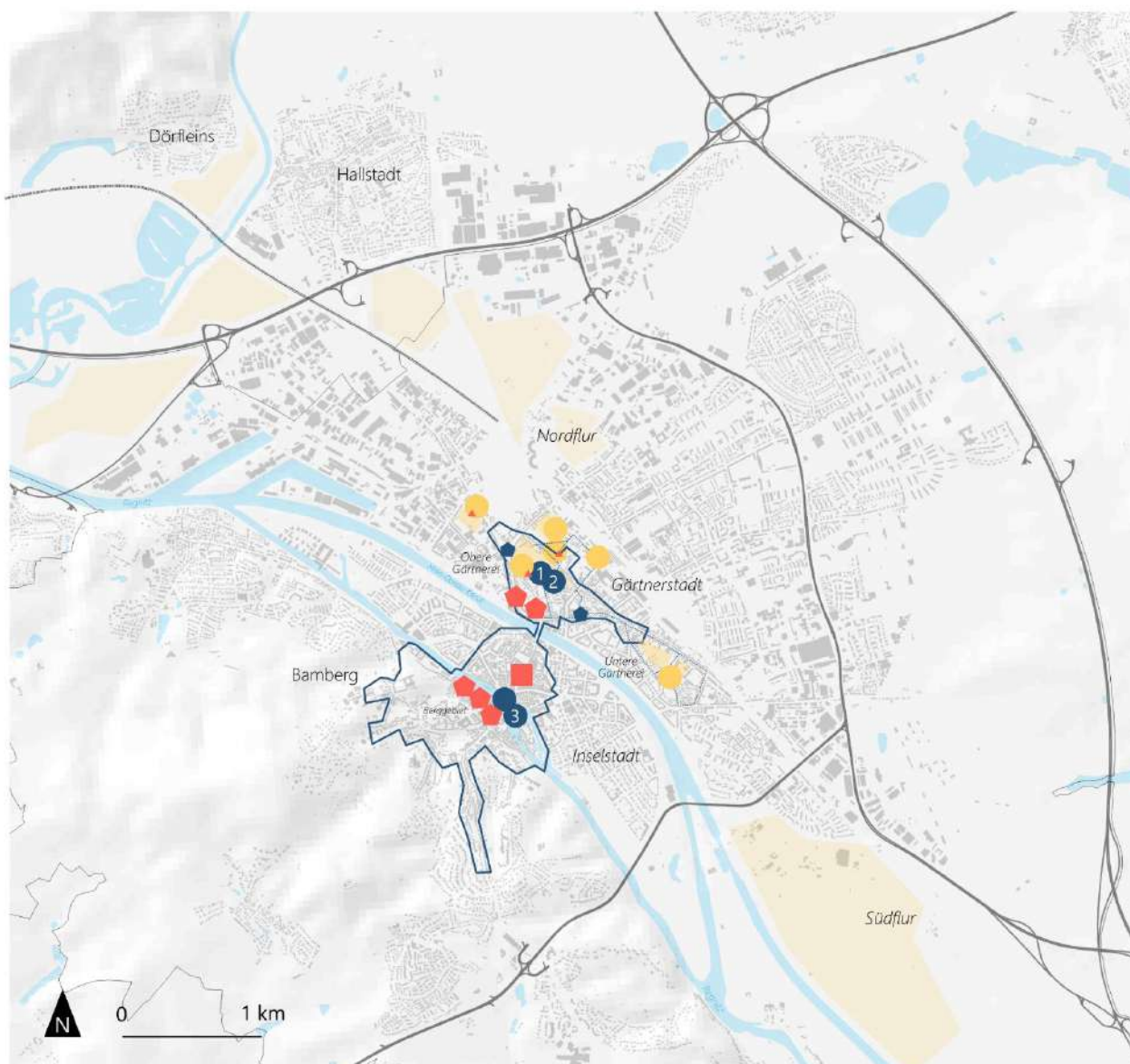
### **2.3.1 Les liens entre le bassin maraîcher et le micro-bassin de la BBZ**

A Bamberg, cet emboîtement d'échelles concerne les systèmes marchands, politico-administratifs, muséographiques et les éléments vecteurs d'identité sociale et professionnelle.

La commercialisation de la BBZ s'appuie sur le système marchand local du bassin maraîcher : les stands de vente directe, les marchés de plein vent de Bamberg et de Forchheim et les supermarchés REWE dans un rayon de 30km où un maraîcher vend des BBZ.

Le micro-bassin dépend, en outre, de l'espace muséographique, du système politico-administratif et des éléments vecteurs d'identité sociale et professionnelle du bassin maraîcher. L'association en charge du *Sortengarten* produit de la graine de BBZ en vue de préserver l'écotype tandis que celle s'occupant du *Gärtner- und Häckermuseum* présente l'histoire de la BBZ et, plus largement, celle de la culture de l'oignon à Bamberg. Des renseignements sur l'histoire de l'écotype sont donnés au Centre du patrimoine mondial et sur les panneaux qui ponctuent le sentier de découverte de la *Gärtnerstadt*. Slow Food a intégré l'écotype à son programme l'Arche du goût et organise chaque année une semaine spéciale où elle invite les restaurateurs à cuisiner des produits locaux issus d'exploitations bambergeuses. C'est à cette occasion que des restaurateurs ont indiqué avoir utilisé de la BBZ. La Ville et le Centre du patrimoine mondial ont édité des cartes postales avec des recettes de cuisines faites à partir de produits bambergeois. La BBZ est citée sur deux d'entre elles : l'oignon farci ou « *Bambärcha Zwiebl* » et une recette s'apparentant à un pot-au-feu. Enfin, l'*IG Bamberger Gärtner*, l'association *Genussregion Oberfranken* présentent l'écotype sur leur site Internet.

Figure 48 Le micro-bassin de la Bamberger birnenförmige Zwiebel



- Villes
- Axes routiers
- Surface bâtie
- Secteurs ou quartiers
- Spécificité pédoclimatique**
- Cours d'eau
- Relief
- Système sociotechnique**
- Zones de production maraîchère
- Producteurs de BBZ
- Système marchand**
- Marché quotidien de Bamberg
- Autres marchés de plein vent
- ▲ Stand de vente directe dans des exploitations
- Restaurateurs proposant la BBZ

**Système politico-administratif**

- Mairie de la ville de Bamberg

**Espace muséographique**

- ① Sortengarten
- ② Gärtner- und Häckermuseum
- ③ Centre du patrimoine culturel mondial

**Route agritouristique**

- Sentier de découverte de la Gärtnerstadt

**Identité sociale et culturelle**

- Périmètre UNESCO

D'après la grille proposée par François Sarrazin (2016)  
 BBZ : Bamberger Birnenförmige Zwiebel  
 Réalisation : Jaume, 2023

### **2.3.2 Les liens entre le bassin maraîcher et le micro-bassin de l'oignon de Toulouges**

Dans les Pyrénées-Orientales, le micro-bassin s'appuie sur le système marchand local, sur le milieu innovateur et sur les éléments vecteurs d'identité sociale et professionnelle du bassin maraîcher.

La vente de l'oignon de Toulouges se fait via le Marché de gros de Perpignan, les marchés de plein vent, les stands de vente directe courts et les GMS qui structurent le bassin maraîcher. L'été, le Marché de gros est un lieu de transit important d'oignons de Toulouges et est aussi le lieu où se fixe le prix de référence que reprennent les acteurs sur l'ensemble du micro-bassin. A chaque session de vente, trois garde-placiers relèvent, pour le compte du Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM), le montant des transactions et déterminent par là le prix Hors Taxes (HT) de référence de l'oignon de Toulouges (cf. Chapitre 5, 1.2.2).

Concernant les acteurs participants à l'identité sociale et professionnelle du micro-bassin, Slow Food recense l'oignon de Toulouges dans son programme l'Arche du Goût. À l'été 2022, l'association a organisé un marché spécial pour l'écotype, qui a donné lieu à la tenue d'une conférence sur le sujet et à la préparation d'un repas. Les chefs membres de l'association des Toques Blanches l'intègrent à leurs plats et le précisent le plus souvent lorsque c'est le cas.

Les imbrications entre micro-bassin et bassin maraîcher concernent, pour finir, le milieu innovateur.

Bien que cela soit rare, les stations d'expérimentation ont consacré des essais à l'oignon de Toulouges. Dans celle du CIVAM, ils visaient à tester sa résistance aux nématodes et sa capacité à rompre leur cycle de reproduction. Les essais se sont avérés concluants et ont incité les partenaires du projet, Alterbio et l'association Terroir Bio Occitanie, à inviter les producteurs à intégrer l'oignon dans leurs rotations<sup>83</sup>.

À l'INRAE, l'oignon de Toulouges a été intégré dans un essai, deux ans de suite et était cultivé en oignon jeune. « La première fois qu'on a mis de l'oignon, c'était de l'oignon botte et c'était pour introduire de nouvelles espèces dans des systèmes diversifiés » (CH2). L'enjeu était d'associer différentes familles botaniques pour tester les effets de ces associations en termes de rendement, d'état du sol et de résistance aux maladies. Cela visait à apporter des références scientifiques au système des micro-fermes maraîchères qui consistent à produire

---

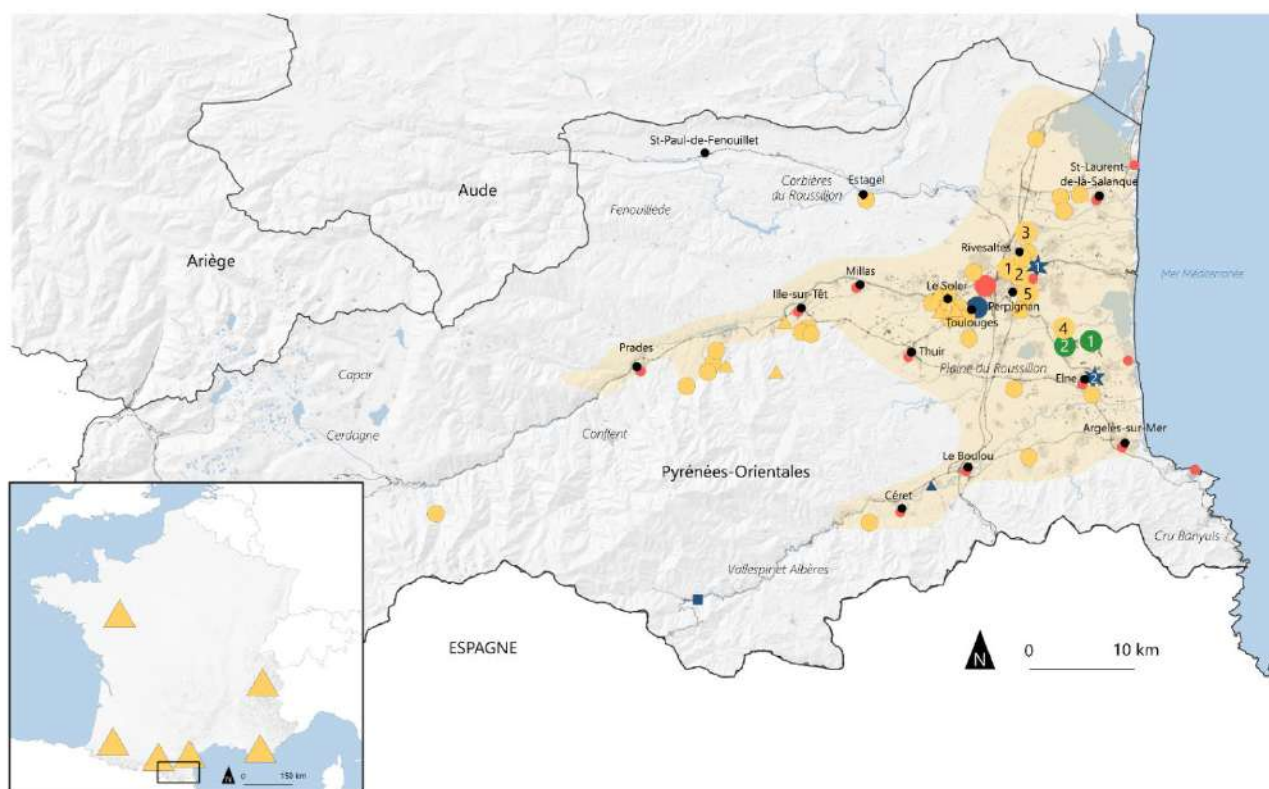
<sup>83</sup> Entretiens C4, D4

avec un haut rendement un grand nombre de légumes sur des surfaces très réduites. Au final, l'oignon de Toulouges a eu un rendement jugé satisfaisant et son association avec des produits phares des Pyrénées-Orientales comme la salade s'est avérée pertinente dans la mesure où l'oignon n'a pas les mêmes maladies ni les mêmes bioagresseurs<sup>84</sup>.

---

<sup>84</sup> Entretien CH2

Figure 49 Le micro-bassin de l'oignon de Toulouges



- Principales villes
  - Axes routiers
  - Surface bâtie
  - Spécificité pédoclimatique**
  - Cours d'eau
  - Relief
  - ⋯ Petites régions Agricoles définies par l'INSEE
  - ↳ Nom des Petites Régions Agricoles
  - Système sociotechnique**
  - Principale zone de production maraîchère
  - Producteurs d'oignons de Toulouges
  - ▲ Producteurs de graines et/ou de plants
  - Système marchand**
  - Zone de St-Charles à Perpignan, accueillant le marché de gros et la plateforme de St-Charles-International
  - Principaux marchés de plein vent se tenant toute l'année
  - Sièges d'AMAP
  - Système d'encadrement technique**
  - 1 ● Siège de la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales
  - 2 ● Siège du CIVAM Bio 66
  - 3 ● Institut Universitaire de Technologie de Perpignan
- Système politico-administratif**
  - Mairie de Toulouges
  - Identité sociale et culturelle**
  - ★ Siège de Slow Food Pays Catalan
  - ★ Marché de la terre d'Elne organisé par Slow Food
  - Fête populaire et professionnelle**
  - ▲ Fête de l'oignon de Toulouges
  - Milieu innovateur**
  - Station expérimentale de l'INRAE à Alénça
  - Station expérimentale du CIVAM Bio 66 à Théza

Réalisation : Jaume, 2023  
Fond de carte : IGN, OpenStreetMap  
Sources de données : INAO, INSEE

De ce fait, l'oignon de Toulouges et la BBZ s'insèrent dans un micro-bassin qui se rattache à un bassin maraîcher de plus vaste envergure.

## 2.4 UNE FILIÈRE LOCALISÉE ET ATOMISÉE

Conformément à la définition de Sarrazin (2016), un micro-bassin est plus localisé et a une emprise spatiale plus réduite que celle d'un bassin.

Les acteurs sont, en effet, unanimes pour dire que la notoriété de l'oignon de Toulouges et de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est limitée aux Pyrénées-Orientales et à Bamberg. Lors de la réalisation des Zonages A Dires d'Acteurs (ZADA), il n'est pas question d'entourer une aire plus large que l'agglomération bambergeoise et que les Pyrénées-Orientales. Pour la BBZ, ce constat est confirmé par le fait que quatre des cinq acteurs interrogés hors de Bamberg ne connaissaient pas la variété.

Les acteurs liés à l'AB sont d'autant moins nombreux. Cela s'explique notamment par les difficultés d'accès à des semences et à des plants de BBZ et d'oignons de Toulouges, certifiés biologiques. Les maraîchers inscrits dans les labels Agriculture Biologique (AB), Déméter, Bioland et Naturland sont, effectivement, obligés de prendre des semences certifiées biologiques ou de demander des dérogations pour utiliser des graines conventionnelles. À Bamberg, le seul maraîcher biologique produisant de la BBZ a ainsi renoncé à faire certifier son oignon quand bien même il produit lui-même sa graine. Aucune production bio de *Bamberger birnenförmige Zwiebel* n'a donc été identifiée durant l'enquête. Dans les Pyrénées-Orientales, la part des producteurs bio parmi les producteurs identifiés durant l'enquête atteint 37%. Cette valeur est supérieure à celle de Bamberg mais doit être nuancée dans la mesure où les productions bio représentent souvent de faibles volumes et s'intègrent dans une gamme de produits très diversifiée. En termes de volume, la production est majoritairement conventionnelle.

Aussi, les acteurs sont-ils relativement proches géographiquement. Producteurs et acteurs de l'aval, de la distribution et de la commercialisation se concentrent dans les Pyrénées-Orientales et à Bamberg (cf. Figure 48 et Figure 49). Les écotypes sont principalement produits, vendus et consommés dans ces périmètres.

Une station d'expédition spécialisée en AB et deux importants producteurs exportent de l'oignon de Toulouges hors des Pyrénées-Orientales. Les oignons sont alors vendus par des grossistes, par la grande distribution ou par des détaillants, notamment, dans le sud-ouest de la France. Cela représente, néanmoins, une part réduite de la production d'oignon de Toulouges.

Le responsable de St-Charles International rencontré durant l'enquête n'a ainsi pas connaissance d'oignons de Toulouges transitant au sein du premier centre d'expédition de fruits et légumes d'Europe. Les distributeurs et importateurs ont affaire à des produits venant



avant tout du Maroc et d'Espagne. Si des produits provenant des Pyrénées-Orientales sont mis en marché sur St-Charles International, il s'agit de fruits à noyaux, de salades et de concombres. L'oignon est un produit secondaire : le responsable interrogé ne connaît qu'un expéditeur en proposant et il s'agit, dans ce cas, d'oignons venus d'Espagne, de Belgique ou de la Beauce et du Loiret en France.

Il en est de même à Bamberg. L'entreprise De-We à Bamberg, principal grossiste en fruits et légumes de la ville et assurant l'approvisionnement de nombreux restaurateurs locaux ne commercialise pas la production des maraîchers de Bamberg et, par conséquent, des BBZ. « Les oignons proviennent généralement d'Allemagne, de Hollande ou d'Espagne » (D7). Les oignons d'Allemagne proviennent du « Palatinat » (D7) ou de Bavière et non de Bamberg.

C'est également dans un périmètre réduit géographiquement que s'organisent les systèmes politico-administratifs, muséographiques et les fonctions sociales des micro-bassins (Sarrazin, 2016) (cf. Figure 48 et Figure 49). Un exemple significatif est celui du *Sortengarten* (Jardin des Variétés) et du *Gärtnermuseum* qui sont situés dans des maisons mitoyennes au cœur de la *Gärtnerstadt*.

En plus d'être moins nombreux et relativement proches géographiquement, le nombre d'acteurs des micro-bassins et notamment de producteurs tend à diminuer.

Dans les Pyrénées-Orientales, les maraîchers montrent un intérêt grandissant pour une variété hybride d'oignon rouge proche de l'oignon de Toulouges : le Fireking. Cette variété au goût et à l'aspect proche de l'oignon de Toulouges est considérée comme plus facile à produire et comme se conservant mieux. Aussi, son plant est-il cultivé, en grande quantité en Catalogne et vendu moins cher. Dans ce contexte, plusieurs enquêtés affirment que le Fireking va remplacer l'oignon de Toulouges, si ce n'est pas déjà le cas<sup>85</sup>. Cela réduit, d'autant plus, l'ampleur du micro-bassin.

De pareilles observations sont faites à propos de la BBZ. La culture de l'éco-type s'est considérablement raréfiée à Bamberg depuis la seconde moitié du XXe siècle. L'éco-type figure, de ce fait, sur la Liste rouge des plantes utiles indigènes menacées en Allemagne établie par le Ministère de l'Agriculture en 2016 (*Rote Liste der gefährdeten einheimischen Nutzpflanzen in Deutschland*). Dans cette liste, figure, par ailleurs, un autre type d'oignon-

---

<sup>85</sup> Entretiens M28, M31, SC2,

poire : le « *Hallstadter birnenförmige Zwiebel* », du nom de la ville limitrophe de Bamberg. Il y a vraisemblablement un lien entre ces deux cultures<sup>86</sup>, qui sont donc toutes deux considérées comme risquant de disparaître.

Or, le caractère localisé des micro-bassins et la tendance à la baisse du nombre de parties prenantes sont liés, en partie, à la « moindre coordination des acteurs » (Sarrazin, 2016).

#### **2.4.1 Une moindre coordination des acteurs**

Cette « moindre coordination » qui caractérise un micro-bassin se manifeste ici par l'absence d'initiatives collectives portant spécifiquement sur ces écotypes, par l'atomisation des filières et par une méconnaissance en interne.

Aucun collectif ne lie formellement les acteurs du micro-bassin. Il n'existe ni recensement des producteurs ni label spécifique, ni d'IG pour ces deux écotypes. A Bamberg, aucun projet d'IG sur la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* n'a été mentionné pendant les entretiens. Dans les Pyrénées-Orientales, un projet d'Indication Géographique Protégée lancé dans les années 2000 par la Chambre d'Agriculture départementale, des responsables associatifs et des producteurs et s'est traduit par la réalisation d'un état des lieux de la production par des étudiants de l'Institut Universitaire de Technologie de Perpignan. Cela ne s'est toutefois pas concrétisé. Aussi, faut-il attendre 2012 pour que l'écotype soit inscrit dans le catalogue officiel français : en plus de son caractère tardif, le fait que cette inscription ait été faite non pas par des agriculteurs des Pyrénées-Orientales mais par les Croqueurs de Carottes, une association nationale d'entreprises semencières, suggère d'autant plus la moindre mobilisation collective sur le micro-bassin.

#### **2.4.2 Une production atomisée**

En plus de ne pas être organisée par un collectif d'acteurs, les productions d'oignons de Toulouges et de *Bamberger birnenförmige Zwiebel* se révèlent atomisées. Les cartes localisant les acteurs avec qui les maraîchers sont en relation durant la production montrent une individualisation des circuits d'approvisionnement en graines et des circuits de commercialisation.

---

<sup>86</sup> Entretiens M37, M38, M42

Figure 50 De la graine aux étals. Organisation de la production de BBZ dans trois exploitations

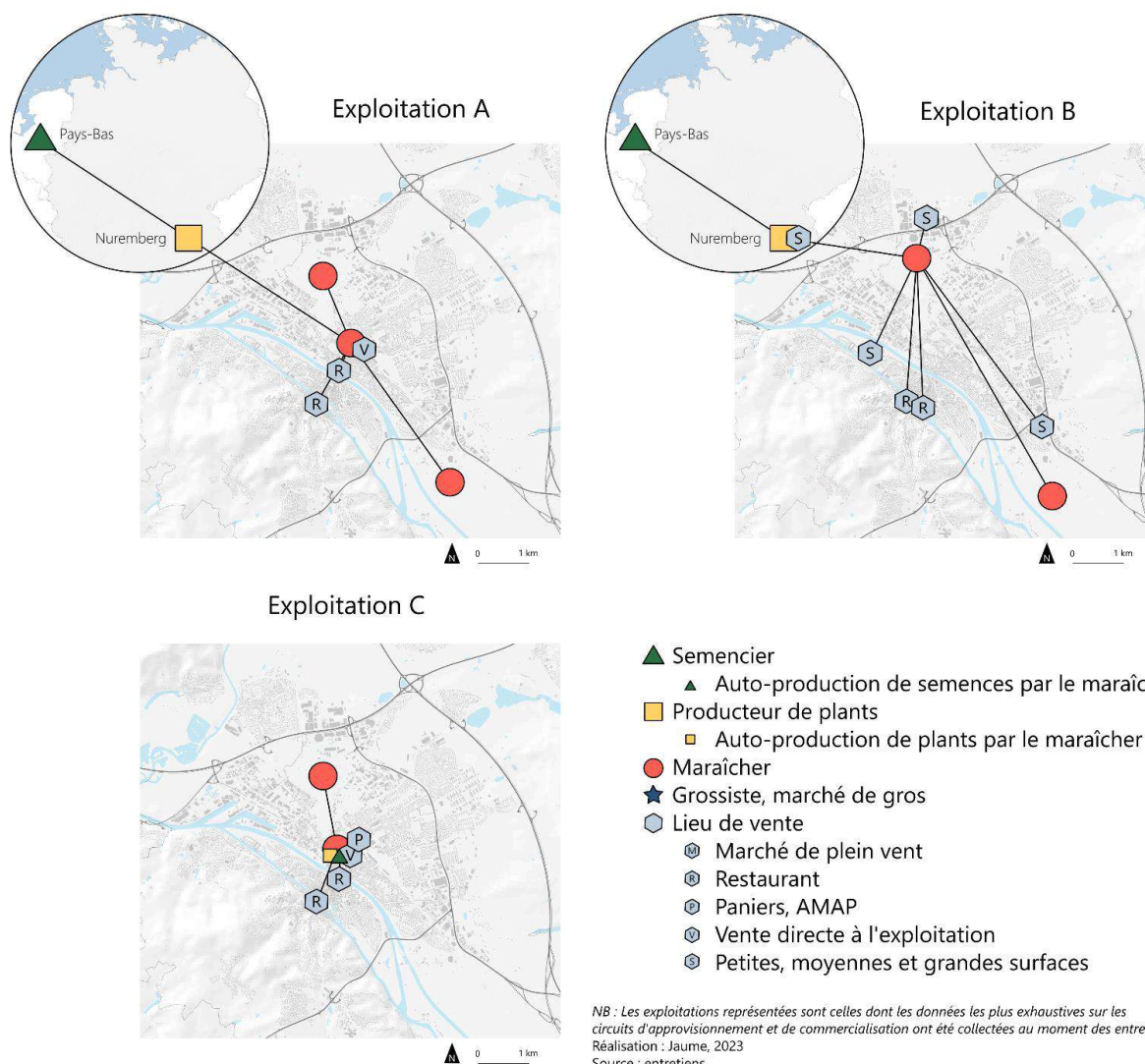
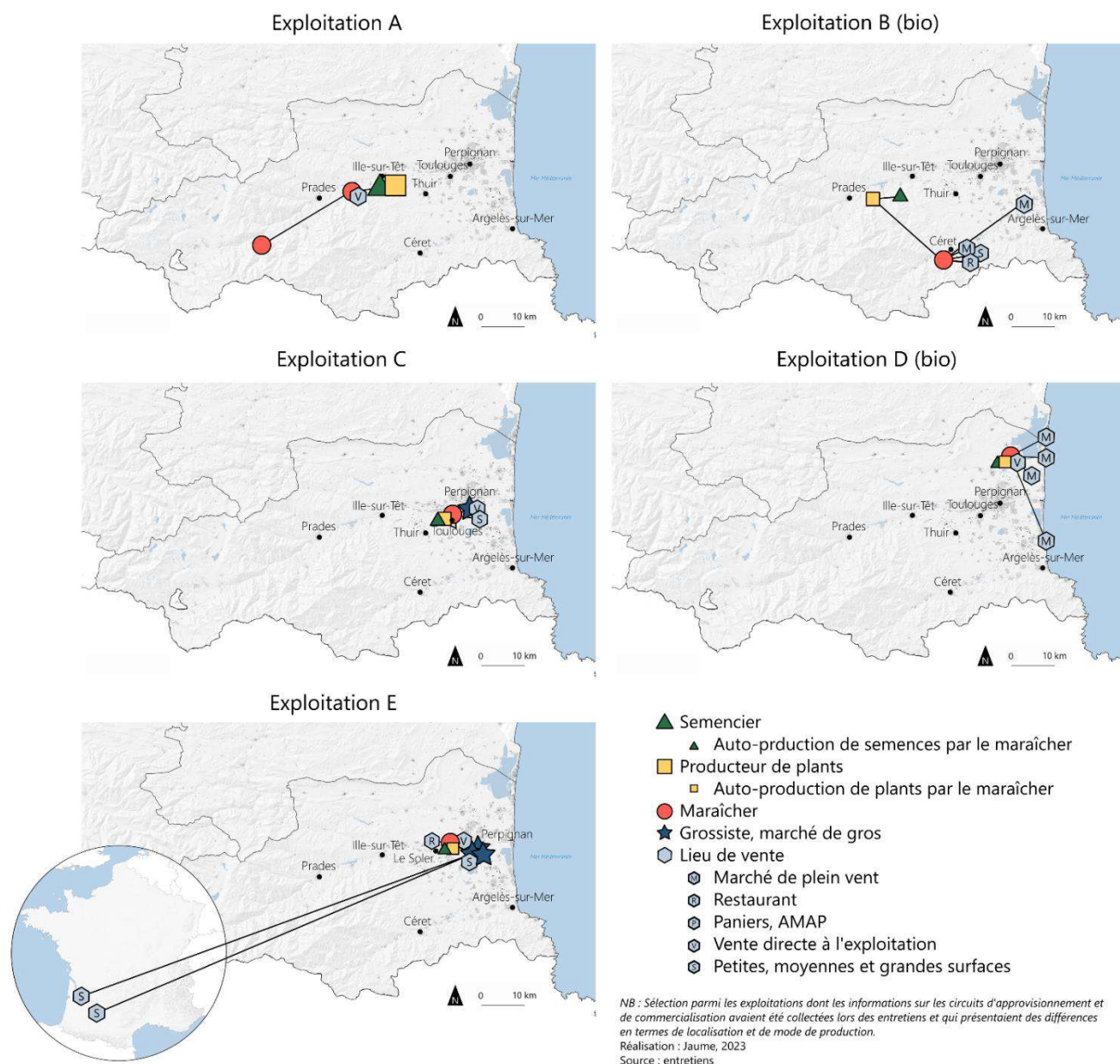


Figure 51 De la graine aux étals. Organisation de la production d'oignons de Toulouges dans cinq exploitations



Pour l'oignon de Toulouges, les maraîchers produisent eux-mêmes leurs graines et leurs plants ou les achètent à d'autres structures. À Bamberg, les professionnels achètent des graines au pépiniériste Hoffmann de Forchheim ou à Enza Zaden. L'entreprise Hoffmann qui avait déclaré la BBZ en 1955 est désormais le seul producteur à proximité de Bamberg qui produisent des graines et les vendent à des professionnels. La production étant marginale, son prix de vente est relativement élevé. Les maraîchers ont alors deux autres possibilités. Ils peuvent acheter leurs graines à la firme hollandaise Enza Zaden, renonçant dès lors à des circuits de proximité et à des semences certifiées biologiques. Ils peuvent aussi cultiver leur propre semence. En revanche, cela suppose des compétences, du temps et de la place si bien

qu'un seul maraîcher produit ses propres graines de *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. Du point de vue des plants de BBZ, deux producteurs ont dit les produire eux-mêmes. D'autres les achètent à des pépiniéristes de Bamberg, de Priesendorf ou de Nuremberg. Un maraîcher a, en outre, indiqué avoir un temps acheté des bulbes à une entreprise hollandaise avant d'y renoncer car cela était jugé trop onéreux<sup>87</sup>.

Pour la commercialisation des oignons de Toulouges et des BBZ, les circuits de chaque producteur sont tout aussi individualisés, bien que dominant les circuits courts et de proximité.

Les producteurs ont, par conséquent, leurs propres circuits d'approvisionnement en graines et en semences et leurs propres circuits de vente. Chacun s'organise de son côté pour obtenir des graines, des plants et des débouchés. La production est de ce point de vue atomisée.

### **2.4.3 Une filière qui se méconnaît**

Un dernier élément témoigne de la moindre coordination des parties prenantes et concerne l'invisibilisation et la méconnaissance mutuelle d'une partie des acteurs du micro-bassin.

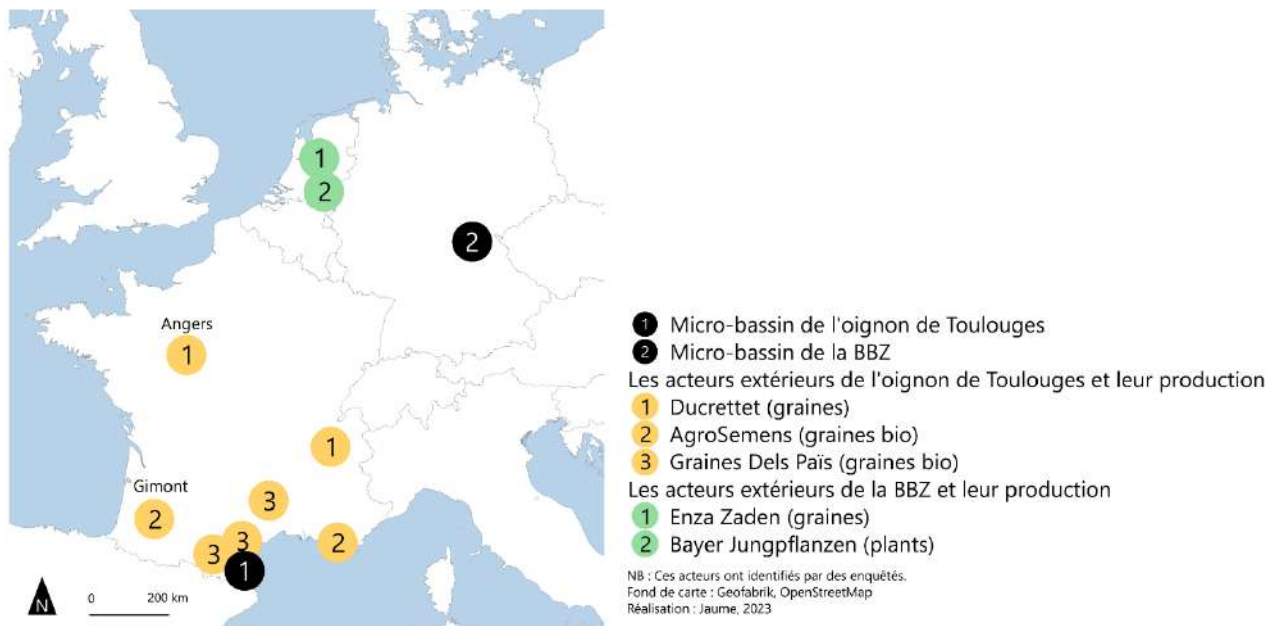
Dans les entretiens, les acteurs insistent effectivement sur le caractère local de ces productions. Or, cela tend à occulter le rôle d'acteurs extérieurs dans le micro-bassin.

A Bamberg, le contraste est fort entre le niveau micro-local – la ville de Bamberg et son quartier maraîcher, la *Gärtnerstadt* – qui cristallisent les représentations et un niveau régional et supranational où interviennent des producteurs de plants et la firme Enza Zaden, actuel principal fournisseur de graines et mainteneur officiel de la variété.

---

<sup>87</sup> Entretien M38

Figure 52 Les acteurs de la production de graines et de plants, extérieurs aux micro-bassins : des parties prenantes méconnues par une partie des enquêtés



Tout se passe comme si le micro-bassin se composait d'acteurs extérieurs mais qui n'étaient pas connus ou mis en avant par les acteurs situés en son sein. Le cas de l'oignon de Toulouges amène à un constat similaire. Ce salarié d'une maison grainière proposant de l'oignon de Toulouges explique :

« [Depuis trois ans], on a fait des essais un peu partout en France pour voir s'il s'adaptait bien aux différents climats et on s'est aperçu qu'il s'adapte très très bien que ce soit à Strasbourg, à Lille, à Brest ou à Perpignan. Donc, c'est pour ça qu'on a pu le commercialiser un peu partout sans problème. On a donné des graines à quelques maraîchers un p'tit peu partout pour voir un peu c'que pensait les maraîchers et le comportement de cet oignon suivant les différents climats. » (P5)

Cet interrogé s'occupe de la mise en vente de la graine d'oignon de Toulouges dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Des essais ont permis de constater que l'écotype s'adaptait à des sols et à des climats multiples. L'insistance mise sur l'adaptabilité de la variété souligne son caractère contre-intuitif : comme si la variété était attachée aux Pyrénées-Orientales mais pouvait finalement et paradoxalement être cultivée partout ailleurs.

L'énumération de villes indique ainsi moins la localisation réelle d'essais que des villes situées à chacune des extrémités de l'Hexagone, en vue de souligner son adaptation. Les compléments de lieu soulignent aussi cette adaptation potentielle : « un p'tit peu partout »,

« un peu partout ». Il indique, dans la suite de l'entretien, que la graine est produite à proximité d'Angers, que, chaque année, ils présentent l'oignon lors d'un salon à Valence et que des maraîchers le cultivent dans la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Dans ces conditions, la production d'oignons de Toulouges s'étend au-delà des Pyrénées-Orientales et dépasse le bassin que se représentent les acteurs.

La méconnaissance d'une partie des acteurs du micro-bassin peut aussi être illustrée par le fait que les interrogés étaient surpris d'apprendre que les graines des semenciers comme Agrosemens, Graines del País et Ducrettet étaient non pas produites dans le département mais dans le Gers, l'Aude, l'Aveyron et dans le Maine-et-Loire (cf. Figure 52).

Bien que des acteurs extérieurs soient décisifs dans le secteur des semences, les écotypes restent perçus comme des produits avant tout locaux. Le fait d'être peu évoqués dans les entretiens suggère la méconnaissance d'une partie des acteurs du micro-bassin et, dans un autre ordre d'idée, une moindre coordination au niveau des micro-bassins. *A fortiori*, le fait que les filières de productions *a priori* locales ou revendiquées comme telles impliquent des acteurs intermédiaires insoupçonnés et des distances considérables invitent à considérer le caractère multiscale des productions territorialisées.

### **3 CONCLUSION DU CHAPITRE 3**

Ce portrait en miroir au prisme de la notion de micro-bassin soulignent les points communs entre les productions d'oignons et d'écotypes locaux des deux terrains : leur relatif développement, leur dimension identitaire, la proximité des acteurs, leur insertion dans un bassin maraîcher plus vaste mais aussi leur emprise spatiale plus réduite et la moindre structuration des acteurs. Ces éléments de contexte sont synthétisés dans les tableaux qui suivent.

Le recours à des verbatims met en évidence la place de l'oignon dans les discours des interrogés. Il s'agit désormais d'approfondir l'analyse de ces discours en vue de comprendre le sens donné à l'oignon et aux écotypes.

Tableau 17 Tableau de synthèse : du bassin maraîcher au micro-bassin de la BBZ

Facteurs	Le bassin maraîcher de la région de Bamberg	Le micro-bassin de la <i>Bamberger birnenförmige Zwiebel</i>
Spécificité pédoclimatique	<p>Sols alluvionnaires, sablonneux et argileux</p> <p>Relief : fond de vallée plat entouré de massifs de collines</p> <p>Climat tempéré à tendance continental</p> <p>Vent : protection des vents du nord, nord-est par le relief</p>	<p>Sols alluvionnaires, sablonneux et argileux</p> <p>Relief : fond de vallée plat entouré de massifs de collines</p> <p>Climat tempéré à tendance continental</p> <p>Vent : protection des vents du nord, nord-est par le relief</p>
Système sociotechnique	<p>Cultures de plein champ et sous abri (serres plastiques, chapelles)</p> <p>Production de légumes très diversifiée</p> <p>Système d'irrigation géré par un groupement local d'agriculteurs</p>	<p>Culture de plein champ</p> <p>Système d'irrigation géré par un groupement local d'agriculteurs</p> <p>Productions de semences et de plants à destination de professionnels : groupes inter(nationaux) (Enza Zaden)</p>
Système d'emploi	<p>Main d'œuvre familiale</p> <p>Salariés permanents et saisonniers français et/ou étrangers</p>	<p>Main d'œuvre familiale</p> <p>Salariés permanents et saisonniers français et/ou étrangers</p>
Système d'encadrement technique	<p>LWG, AELF, LfL</p> <p>Instituts de formation : École professionnelle de Bamberg.</p>	<p>Absence</p>



	Associations en charge de certifications bio – Biokreis e.V., Bioland e.V., Naturland e.V., Demeter e.V.  Fournisseurs d'intrants, syndicats professionnels	
Système marchand local	Marchés de plein vent, stands de vente directe, <i>Hofladen</i> (boutiques à la ferme)  Grossistes (De-We), grande distribution (REWE)  Marché de gros de Nuremberg	Marchés de plein vent  Stands de vente directe  Grande distribution (REWE)
Système de grande envergure	Marché de gros de Nuremberg  Grossistes, expéditeurs et grande distribution	Absence
Système politico-administratif local	Ville de Bamberg  <i>Landkreis</i> de Bamberg	Ville de Bamberg
Système de banque-assurance	Non renseigné	Absence
Espace muséographique	<i>Gärtner- und Häckermuseum</i> (Musée de l'Horticulture et de la Viticulture)  <i>Sortengarten</i> (Jardin des Variétés)  <i>Zentrum Welterbe</i> (Centre du patrimoine mondial)	Absence

Route agritouristique	Sentier pédestre dans la <i>Gärtnerstadt</i> , le quartier maraîcher de Bamberg	Absence
Salon professionnel	Absence	Absence
Fête populaire professionnelle promotionnelle	<i>Fronleichnam</i> (Fête-Dieu)	Absence
Identité sociale et professionnelle	Structures collectives : corporations, associations, syndicats <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>L'Interessengemeinschaft Bamberger Gärtner</i> (le Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg)</li> <li>• Le <i>Fachverein Bamberger Köche e.V.</i> (Association des cuisiniers de Bamberg)</li> <li>• L'association <i>Genussregion Oberfranken e.V.</i> (Région des saveurs de Haute-Franconie)</li> <li>• Slow Food</li> <li>• Le mouvement citoyen <i>Transition Town Bamberg</i></li> </ul> Dialecte local : la <i>Gärtnersprache</i> (langue des maraîchers)	Absence

Fonctions sociales	<p>Leadorale : Absence</p> <p>Organisatrice : Absence</p> <p>Entrepreneuriale : X, un maraîcher disposant de la plus grande exploitation de Bamberg et proposant un magasin de producteurs ; Y, un maraîcher bio en vente directe et donnant une forte place à la communication sur les médias locaux et les réseaux sociaux. L'exemple de ces deux maraîchers ne se veut pas exhaustif.</p> <p>Orchestratrice : Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg.</p> <p>Identitaire : Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg, Slow Food, l'association <i>Genussregion Oberfranken</i>, les associations en charge du <i>Gärtnermuseum</i> (musée des maraîchers) et du <i>Sortengarten</i> (Jardin des variétés).</p>	<p>Leadorale : Absence</p> <p>Organisatrice : Absence</p> <p>Entrepreneuriale : Absence</p> <p>Orchestratrice : Absence.</p> <p>Identitaire : Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg, Slow Food, l'association <i>Genussregion Oberfranken</i>, les associations en charge du <i>Gärtnermuseum</i> (musée des maraîchers) et du <i>Sortengarten</i> (Jardin des variétés).</p>
Groupe professionnel dirigeant	Absence	Absence
Milieu innovateur	<p>LWG et sa station expérimentale de Bamberg</p> <p>LfL</p> <p>Université de Bamberg</p>	Absence

Tableau 18 Tableau de synthèse : du bassin maraîcher des Pyrénées-Orientales au micro-bassin de l'oignon de Toulouges

Facteurs	Le bassin maraîcher des Pyrénées-Orientales	Le micro-bassin de l'oignon de Toulouges
Spécificité pédoclimatique	<p>Diversité pédologique : dominante d'alluvions du Quaternaire dans la plaine du Roussillon</p> <p>Relief : plaine, terrasses et collines formant les premiers contreforts des Pyrénées</p> <p>Climat méditerranéen</p> <p>Vent : le Marin et la Tramontane</p>	<p>Diversité pédologique : dominante d'alluvions du Quaternaire dans la plaine du Roussillon</p> <p>Relief : plaine, terrasses et collines formant les premiers contreforts des Pyrénées</p> <p>Climat méditerranéen</p> <p>Vent : le Marin et la Tramontane</p>
Système sociotechnique	<p>Cultures de plein champ et sous abri (serres plastiques, chapelles)</p> <p>Principales productions : salades, artichauts, tomates, concombres, etc.</p> <p>Dense réseau de canaux d'irrigation, de retenues et de barrages</p>	<p>Cultures de plein champ et sous abri (serres plastiques, chapelles)</p> <p>Dense réseau de canaux d'irrigation, de retenues et de barrages</p> <p>Productions de semences et de plants à destination de professionnels : EARL Fonquerny, SCEA Plantoubio Ferme de Serrabone, particuliers, groupes semenciers nationaux (Graines del País, Agrosemens, Ducretet)</p>
Système d'emploi	Main d'œuvre familiale	Main d'œuvre familiale

	Salariés permanents et saisonniers français et/ou étrangers	Salariés permanents et saisonniers français et/ou étrangers
Système d'encadrement technique	Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales CIVAM Bio 66 Instituts de formation : lycées agricoles de Théza et de Rivesaltes, Centre de Formation Agricole 66	Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales CIVAM Bio 66
Système marchand local	Marché aux carreaux sur le Marché St-Charles à Perpignan Marchés de plein vent, « Marchés des producteurs de Pays », stands de vente directe dans les exploitations Magasins de producteurs (Oh Délices Paysans, Ma Coop'66) GMS du département	Marché aux carreaux sur le Marché St-Charles à Perpignan Marchés de plein vent, « Marchés des producteurs de Pays », stands de vente directe dans les exploitations, GMS du département
Système de grande envergure	Marché de gros de St-Charles à Perpignan Coopératives agricoles (Teraneo, Plaine du Roussillon, Sud Roussillon, etc.), grossistes, expéditeurs et grande distribution : Port de commerce international de Port-Vendres	Absence

<p>Système politico-administratif local</p>	<p>Collectivités locales impliquées, notamment, dans des Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) ou dans le label « Territoire Bio Engagé »</p> <p>Région Occitanie et l'IRQALIM</p>	<p>Municipalité de Toulouges : organisation de la fête de l'oignon rouge</p>
<p>Système de banque-assurance</p>	<p>Non renseigné</p>	<p>Absence</p>
<p>Espace muséographique</p>	<p>Absence de musées et de centres d'expositions spécifiques mais développement de l'accueil du public dans les exploitations (initiatives Bienvenue à la ferme)</p>	<p>Absence</p>
<p>Route agritouristique</p>	<p>Absence</p>	<p>Absence</p>
<p>Salon professionnel</p>	<p>Salon MedFEL à Perpignan organisé par la Région Occitanie et la Chambre d'Agriculture</p>	<p>Absence</p>
<p>Fête populaire professionnelle promotionnelle</p>	<p>Fêtes autour de légumes (artichaut, tomate), foires aux plantes et aux plants</p>	<p>Fête de l'oignon de Toulouges organisée par la Ville de Toulouges et son association de commerçants.</p>
<p>Identité sociale et professionnelle</p>	<p>Syndicats professionnels et interprofessions : FDSEA 66, Jeunes Agriculteurs 66, Coopération Agricole Occitanie, etc.</p>	<p>Absence</p>

	<p>Syndicats en charge d'Indications Géographiques : Syndicat de défense de la pomme de terre primeur du Roussillon, Syndicat professionnel démarche qualité artichaut du Roussillon</p> <p>CIVAM Bio 66</p>	
Fonctions sociales	<p>Leadorale : Non renseigné</p> <p>Organisatrice : Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales</p> <p>Entrepreneuriale : exploitations diversifiant leurs activités, s'orientant vers des circuits courts et de proximité et se convertissant en Agriculture Biologique</p> <p>Orchestratrice : Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, CIVAM Bio 66, INRAE,</p> <p>Identitaire : Syndicats en charge d'Indications Géographiques, syndicats professionnels, interprofessions, Slow Food Pays Catalan</p>	<p>Leadorale : Absence</p> <p>Organisatrice : Absence</p> <p>Entrepreneuriale : exploitations produisant de l'oignon de Toulouges en de plus grandes quantités et exportant leur production hors des Pyrénées-Orientales.</p> <p>Orchestratrice : Absence. Toutefois, si les producteurs expriment le souhait de mener une démarche de valorisation, la Chambre d'Agriculture et l'IRQALIM peuvent les accompagner.</p> <p>Identitaire : Absence de collectif de producteurs. Rôle ponctuel de l'Association des Toques Blanches et de Slow Food Pays Catalan</p>
Groupe professionnel dirigeant	Absence	Absence

Milieu innovateur	<p>Centre d'expérimentation du SICA Centrex à Torreilles</p> <p>Unité expérimentale de l'INRAE à Alénya</p> <p>Station expérimentale du CIVAM Bio 66 à Théza</p>	<p>Unité expérimentale de l'INRAE à Alénya</p> <p>Station expérimentale du CIVAM Bio 66 à Théza</p>
-------------------	--	---





1963

Deuxième partie

# L'oignon et sa signification sensible, économique et sociale

## **PARTIE 2 : L'OIGNON ET SA SIGNIFICATION SENSIBLE, ÉCONOMIQUE ET SOCIALE**

### **INTRODUCTION : L'HYPOTHÈSE D'UNE TRIPLE SIGNIFICATION ACCORDÉE À L'OIGNON**

Cette deuxième partie met en application la méthode compréhensive et examine l'hypothèse selon laquelle l'oignon est doté d'une signification sociale, sensible et économique. Toutes trois s'entremêlent dans les discours tout en étant présentes diversement suivant les acteurs. Cette hypothèse a émergé au cours de l'analyse des entretiens et s'est appuyée sur des lectures bibliographiques.

Cette partie débute par la définition de signification sociale, sensible et économique. Il s'agira par-là de les mettre en perspective avec la recherche contemporaine en SHS sur l'agriculture et l'alimentation.

Dans le premier chapitre, j'analyse la signification sociale, sensible et économique accordée à la culture de l'oignon. L'attention est portée sur les discours d'acteurs agricoles, qu'ils soient semenciers, pépiniéristes ou maraîchers. Je montre ainsi que cette triple signification marque en permanence les discours. Ce chapitre se clôt sur la discussion des résultats au regard de perspectives de recherche contemporaine, et notamment, à propos de la fréquente relégation des enjeux économiques par les agriculteurs revendiquant leur opposition au modèle productiviste et conventionnel.

Le second chapitre s'intéresse à la vente et à la consommation de l'oignon. Envisager ces éléments est motivé par le fait que les travaux cités adoptant une approche compréhensive des productions agricoles et alimentaires tendent à se focaliser sur la production agricole au sens strict et sur le sens que lui donne les agriculteurs. Le sens donné aux autres étapes de la filière n'est que rarement questionné : le but est donc d'y remédier.

À quelles pratiques donnent-elles lieu et quel sens revêtent-elles aux yeux des acteurs ? L'analyse s'appuiera sur les discours tenus par l'ensemble du panel et montrera comment significations sociales et sensibles s'entremêlent dans les discours.

# 1 UNE SIGNIFICATION SOCIALE

Une première signification est dite « sociale ».

Elle est mise en avant par les travaux mobilisant l'approche compréhensive. Le sens naît alors d'échanges quotidiens entre des individus au sein de la société (Kaufmann & Singly, 2011 ; Grassi, 2005). « Chacun d'entre nous produit du sens autour de ce qu'il fait et autour de ce que font les autres » (Charmillot & Dayer, 2007). Cette signification sociale est, plus spécifiquement, mise en évidence par des travaux qui mêlent démarches compréhensives et agriculture. Compagnone et Sigwalt montrent par exemple que le sens donné par des agriculteurs vendéens au sol de leurs parcelles varie si l'entretien se tient dans un cadre professionnel ou privé et dépend donc d'un contexte social (Compagnone & Sigwalt, 2013).

Dans cette thèse, une signification sera dite sociale si :

- Elle dépend du profil et de la trajectoire socio-professionnelle de l'acteur. La signification accordée à l'oignon peut, en d'autres termes, se comprendre à partir de l'âge du locuteur, de son genre, de sa formation, de ses valeurs, de ses émotions, de ses expériences passées, de son origine géographique (Séchet & Veschambre, 2006 ; Arnaud, 2020).
- Elle est liée aux interactions sociales de l'individu (Spurk, 2007), c'est-à-dire aux relations avec d'autres individus ou avec un groupe. Il s'agit, dans cette optique, d'identifier les acteurs avec lesquels les interrogés échangent, notamment à propos de l'oignon, dans le cadre d'une « sociabilité ordinaire, professionnelle, technique » (Compagnone, 2015).
- Elle est associée à des normes sociales et professionnelles, c'est-à-dire à « des façons de penser et des façons de faire propres à un groupe » (Compagnone, 2019). Ce troisième élément s'explique par le fait que la recherche considère la sphère agricole comme traversée par de nombreuses normes. Ces dernières sont plus ou moins explicites et subies et influent sur les pratiques des acteurs et sur leur positionnement par rapport à un groupe professionnel (*ibid.* ; Darré, 1984 ; Compagnone, 2015). Le but est, dans ces conditions, d'analyser dans quelle mesure des normes influent sur le sens accordé à l'oignon.

Notons, enfin, que mobiliser les notions de représentations et de pratiques afin d'analyser cette signification sociale est cohérent dans la mesure où toutes deux sont régulièrement qualifiées de sociales (cf. Chapitre 2, 5.3.2).

## 2 UNE SIGNIFICATION SENSIBLE

Le deuxième type de signification qui sera mis en évidence est dit « sensible ».

L'adjectif « sensible » qualifie, à la fois, ce qui est perçu par les sens et ceux qui sont dotés de ces mêmes sens (CNRTL). En mobilisant l'ouïe, l'odorat, le goût, le toucher et la vue, un être sensible est capable d'éprouver des sensations et de ressentir des émotions. Être sensible signifie aussi être vulnérable à des atteintes physiques et émotionnelles. La polysémie du mot « sensible » ouvre sur la prise en considération des perceptions, des sensations, de la sensibilité et des sentiments dans les discours. Une signification est alors dite sensible si elle donne une forte place à ces éléments.

La prise en compte de cette signification s'inscrit dans le prolongement de travaux en SHS qui affirment l'existence d'une relation sensible entre les acteurs agricoles et les éléments non-humains tels que les plantes, le sol, le climat (Barbier & Goulet, 2013 ; Myers, 2014 ; Alarcon, 2018 ; Brunois-Pasina, 2018 ; Compagnone *et al.*, 2018 ; Javelle, 2020 ; Kazic, 2022 ; Javelle, 2023). Humains et non-humains sont mis sur un pied d'égalité et abordés du point de vue de leurs interactions. Les végétaux sont pensés comme des êtres sensibles et « intelligents » et les maraîchers comme capables de leur porter « une attention amicale et émue » (Javelle, 2023). Cette posture de recherche est considérée comme novatrice et est, dès lors, qualifiée par l'anthropologue Natasha Myers de « *plant turn* » (Myers, 2014 : 40).

Ces travaux mettent l'accent sur l'incertitude avec laquelle doit composer l'agriculteur. Cette dernière renvoie à l'imprécision d'une analyse ou d'une perception, à l'imprévisibilité d'un fait et d'une action et au sentiment de fragilité qui en découle (CNRTL). En agriculture, l'incertitude est celle des écosystèmes, du milieu physique et des « éléments de nature » (Javelle & Tallon, 2016 ; Alarcon, 2018). La variabilité des caractéristiques des espèces et des variétés est une source d'incertitude pour qui souhaiteraient les cultiver (Marchenay & Lagarde, 1987). Une culture peut ne pas donner le résultat escompté et ne peut donc se départir d'une « incertitude qualitative » (Dedeire, 1997).

La prise en compte de l'incertitude des écosystèmes est érigée comme principe de l'agroécologie (Cohen, 2017), de la biodynamie et de l'AB (cf. Chapitre 4, 3.1.1 ; Encadré 1). L'agriculteur est tenu de délaisser la « quête de la certitude » (Dewey, 2014) pour travailler avec le vivant, le complexe et l'imprévu (Brédart & Stassart, 2017) et s'adapter en permanence. Ses pratiques culturelles intègrent de « l'indétermination, et prennent souvent la forme d'expérimentations, de tâtonnements » (Alarcon, 2018), de « pratiques non stabilisées » (*ibid.*).

Quand bien même le terme « sensible » n'est pas nécessairement utilisé, il est approprié pour comprendre ce qui est mis en avant dans ces travaux : à savoir que cette relation passe par des perceptions, des sensations, des affects, des observations et de l'expérimentation et permet de comprendre les pratiques culturelles des agriculteurs. C'est pourquoi je recours à cet adjectif polysémique pour analyser une forme de signification accordée à l'oignon par les acteurs enquêtés.

Une signification sera, de ce fait, entendue comme sensible si le discours se réfère aux cinq sens, à la sensibilité, aux sentiments et donne à voir une incertitude vis-à-vis de ses pratiques et des écosystèmes.

### 3 UNE SIGNIFICATION ÉCONOMIQUE

La troisième signification envisagée est dite économique et se manifeste par la présence, dans les entretiens, de termes et d'arguments en lien avec l'économie. Leur identification s'appuie sur l'analyse de plusieurs publications relatives à l'économie et à l'économie rurale.

Un lexique spécifique apparaît dès la définition de la discipline. L'économie a pour objet « l'analyse des activités (règles et comportements) de production et d'échange » (Petit, 2007) tandis que l'économie rurale s'attache à « revisiter l'ensemble des faits relatifs à la production, à la consommation, et à la distribution des ressources et des richesses dans les campagnes » (Jeanneaux, 2014). Quelques décennies auparavant, Badouin décrit le regard porté par l'économie rurale sur l'agriculture :

*« Ce qui importe à l'économiste, ce n'est pas l'art de cultiver des végétaux et d'élever des animaux, mais les formes d'organisation et les mécanismes économiques que suscite, compte tenu de l'évolution des techniques agronomiques et biologiques, l'articulation entre l'activité agricole et les autres phénomènes économiques. » (Badouin, 1971)*

L'agriculture est appréhendée à partir non pas du végétal et des pratiques de culture mais des mécanismes, des « formes d'organisations » et du contexte économique général. Pour ce même auteur, l'exploitation agricole est « un centre de mise en œuvre du calcul économique » (*ibid.*), l'agriculteur « un sujet économique au comportement original [et] commandé de plus en plus par des phénomènes économiques extérieurs » (*ibid.*). Son texte suggère qu'il s'agit d'une représentation forgée par la discipline économique : « l'exploitation agricole [est] représentée comme un centre de mise en œuvre du calcul économique, l'agriculteur *perçu* comme un sujet économique au comportement original » (*ibid.*).

Cette représentation de l'agriculture et le lexique par lequel elle se manifeste se retrouvent dans l'article de Rastoin et Gheresi qui dresse un état de l'art sur l'analyse de l'agriculture en économie (Rastoin & Gheresi, 2010). Ce texte permet de relever un champ lexical qui montrera qu'une signification économique est accordée à l'oignon : marché, offre, demande, production, consommation, concurrence, coût, différenciation, valeur ajoutée, résultat, rendement, rentabilité, revenu, prix, bénéfice, profit, chaîne de valeur, actifs économiques, flux, fluctuations, conjoncture, facteurs de production, emploi, stratégie, mécanisme, décision,

compétitivité coût et hors coût, décision, ressource, transaction, opérateurs, mécanismes, firme, travail, coûts, investissement, capital, chiffre d'affaires, régulation, import, export, biens, services, équipements, productivité, performance, efficacité, efficience, calcul, mécanisme.

Ces termes sont reliés par des présupposés : les acteurs ou agents économiques s'inscrivent dans un contexte de marché dont l'évolution dépend de l'offre et de la demande et qui est régulé par des normes ou par des réglementations étatiques ou internationales. Le comportement et les décisions des acteurs ont pour finalité de satisfaire un besoin et résultent donc d'un calcul coût/avantage : quel coût représente une action au vu de l'avantage attendu ? (*ibid.*). Ces postulats et les termes qui les relient forgent le regard des économistes sur l'agriculture et l'alimentation.

La définition donnée par Rastoin et Ghersi du « système alimentaire » (*ibid.*) confirment l'importance de ce vocable et de ces présupposés. Pour eux, ce système a plusieurs caractéristiques : il répond à une finalité : celle de répondre à une demande de consommation alimentaire. Il est structuré par des canaux de distribution. Il est complexe du fait qu'il relie « plusieurs millions d'agents économiques » (*ibid.*) et, aussi, des entreprises et des États. Bien qu'il soit régulé par le marché, les États et les réglementations internationales, sa trajectoire demeure indéterminée du fait des fluctuations des marchés.

Or, l'emploi de ce lexique dépasse le strict cadre des sciences économiques. Sphères médiatiques, politiques et professionnelles s'en emparent pour débattre et organiser leurs activités si bien que « la rhétorique économique prend une place grandissante comme outil de gestion dans l'ensemble des activités économiques » (Petit, 2007). Il se retrouve ainsi dans les discours tenus durant l'enquête.

Dans mon analyse, la signification économique se traduira par la présence de termes et de raisonnements économiques. Le fait que l'oignon soit abordé en termes de chiffre d'affaires, de rentabilité, de concurrence, de revenu, de coûts de main d'œuvre et de production, de valeur ajoutée et de division du travail signalera que les acteurs accordent une forte signification économique à l'oignon.

## 4 TROIS SIGNIFICATIONS EN TENSION ?

La distinction entre une signification sensible, économique et sociale est une proposition de la thèse. Étant donné l'absence de définition existante dans la littérature, j'ai défini ces trois registres de sens en m'appuyant sur les entretiens et sur des lectures bibliographiques.

Concluons ces éléments de définitions en montrant qu'étudier le sens accordé à l'oignon à partir d'une distinction entre un registre sensible, économique et social a un intérêt théorique. Ce questionnement entre, effectivement, en écho avec des enjeux soulevés par la recherche contemporaine sur l'agriculture et l'alimentation, ce qui permettra d'approfondir les résultats obtenus.

Le principal questionnement concerne la distinction voire l'opposition régulièrement faite par la recherche entre ce qui a trait au sensible, à l'économie et au social. Ces trois dimensions sont le plus souvent abordées de manière séparée et pensées comme contradictoires. Les travaux adoptant un angle économique n'abordent pas ou peu ce qui est de l'ordre du sensible (Rastoin & Ghersi, 2010). Si l'angle social est privilégié, l'accent est mis sur les interactions entre acteurs, leur mode de coordination et leurs conflits. C'est par exemple le cas de l'approche du bassin de production par François Sarrazin : le bassin est appréhendé comme une « construction sociale » (Sarrazin, 2016) où interagissent des acteurs multiples. Les enjeux économiques et sensibles tendent à être mis au second plan. Enfin, les travaux soulignant la relation sensible nouée entre un agriculteur et ses cultures remettent en cause la prévalence de préoccupations économiques chez les agriculteurs en AB, en biodynamie ou en agroécologie et revendiquant leur opposition au modèle conventionnel et productiviste (Kazic, 2022). L'attention est portée aux sens, aux affects, aux perceptions dont témoignent les acteurs agricoles. L'anthropologue Dusan Kazic souhaite, dans ces conditions, penser l'agriculture comme un « monde d'après la production [où] rien n'est économique » (*ibid.*) et met l'économie au second plan lorsqu'il présente les résultats de sa thèse. L'analyse croisée de ces significations est rare (Compagnone & Sigwalt, 2013 ; Alarcon, 2018) et provient, notamment, du champ de recherche sur les savoirs et les savoir-faire en agriculture (Goulet & Chiffolleau, 2006 ; Demeulenaere & Goulet, 2012 ; Caplat, 2016 ; Mariani, 2018 ; Compagnone *et al.*, 2018).

L'enjeu de la thèse est d'évaluer la pertinence de croiser ces éléments d'ordre économique, sensible et social pour comprendre le sens donné à l'oignon. Ces différents registres



s'entremêlent-ils dans les discours des acteurs ? Si c'est le cas, cela montrera l'intérêt d'étudier ces éléments de manière non pas distincte mais transversale.

Un second point sera alors discuté. Les travaux qui mettent en évidence la signification sensible accordée aux végétaux et aux non-humains portent essentiellement sur des agriculteurs bio ou en agroécologie (Javelle, 2020). L'agriculture conventionnelle est rarement abordée sous cet angle (Alarcon, 2018) : elle est davantage considérée comme ayant une finalité exclusivement économique et comme ne prenant pas en compte le sensible (Barbier & Goulet, 2013).

L'agriculture conventionnelle consisterait ainsi à exploiter les végétaux et les non-humains à des fins économiques et productives (Kazic, 2022). Cette conception anthropocentrée, héritée de la philosophie cartésienne du XVIIe siècle (Descola & Charbonnier, 2017), considère la relation entre humain et non-humain comme asymétrique et instrumentale. Le végétal est inanimé, figé et passif (Javelle, 2023). Il est réduit à sa fonction productive pour n'être qu'un outil au service de la production agricole : « l'idée d'une plante machine [est] entretenue, encore aujourd'hui, par la technicisation » (*ibid.*) ». Nourris par cette conception, les agriculteurs conventionnels donneraient alors un sens économique à leur activité (Alarcon, 2018) tandis que les agriculteurs bio lui donneraient, eux, une signification plus sensible.

Il s'agit de questionner cette opposition : les agriculteurs conventionnels accordent-ils une signification sensible à l'oignon ? Au contraire, les agriculteurs bio lui accordent-ils une signification économique ? Si c'est le cas, cela invitera à nuancer l'opposition binaire entre une agriculture conventionnelle principalement préoccupée par l'économie et une Agriculture Biologique préoccupée davantage par le vivant et le sensible. Cela confirmera également l'analyse de Margaux Alarcon pour qui les agriculteurs conventionnels nouent une relation, à la fois, sensible et économique aux plantes qu'ils cultivent et que ces deux types de relation sont en tension permanente (*ibid.*).

## **CHAPITRE 4 : CULTIVER L'OIGNON**

### **1 INTRODUCTION**

La culture de l'oignon révèle une diversité de pratiques propres à chaque acteur. La figure (cf. Figure 53) relève les pratiques mentionnées par les acteurs, de la plantation de la graine

jusqu'à la récolte et à la conservation de l'oignon. Au vu du nombre de variables, chaque acteur mène d'une façon propre la culture d'oignon.

Figure 53 Relevé des pratiques des acteurs pour cultiver l'oignon

### Cultiver l'oignon : une diversité de pratiques

Plantation				
<b>Type d'oignon</b>	Jaune	Rouge	Blanc	
	Variété locale	Variété population	Autre variété	
<b>Element planté par le maraîcher</b>	Graines	Plants	Bulbilles	
<b>Semis de plants</b>	En mini-mottes	En barquettes	A l'arrachis	
	Dans du terreau	Dans du champi-compost		
<b>Avant la plantation</b>	Engrais vert	Moelsch	Compost	Fumier de poule Fumier de cheval
	Pose de bâche ou de toile tissée			
<b>Paillage</b>	Plastique	Paille	Broyat	
<b>Date</b>	Automne	Hiver	Printemps	
<b>Fréquence</b>	Chaque semaine	Chaque mois	Chaque saison	Une fois par an
<b>Méthode</b>	Mécanique	Manuel		
<b>Profondeur</b>	Enterré	A la surface		
<b>Irrigation</b>	Beaucoup	Peu		
<b>Espace</b>	En plein champ	Sous abri : Tunnel	Multi-chapelle	
<b>Espacement en terre</b>	10 cm	15-20 cm	Moins de 20 cm	
Entretien, croissance				
<b>Type d'oignon</b>	Jaune	Rouge	Blanc	
	Ecotype local	Variété population	Autre variété	
<b>Irrigation</b>	Rarement	Régulièrement		
<b>Désherbage</b>	Manuel	Mécanique		
	Outil : Houe maraîchère	Binette	Tracteur	Désherbeur thermique
<b>Traitement</b>	Désherbant chimique	Bouillie bordelaise, cuivre	Engrais azoté	Fumure
<b>Protection</b>	Filet de protection			
Récolte				
<b>Méthode</b>	Mécanique	Manuel		
<b>Etat de l'oignon</b>	Jeune	Demi-sec	Sec	

Relevé des pratiques citées dans les entretiens  
Réalisation : Jaume, 2023

Comment comprendre cette diversité de pratiques ? En analysant les discours des acteurs, je montre qu'elle est éclairée à partir de la signification donnée à la culture d'oignons. Cette signification est, à la fois, sensible, sociale et économique. Si la dimension économique est indéniable, des éléments d'ordre sensible et social entrent également en jeu. Comprendre leur manifestation, leur imbrication et leur place respective dans les discours permet de mieux comprendre les pratiques des producteurs et, *a fortiori*, le choix de cultiver ou non un écotype local.

Ce chapitre s'organisera en trois temps. Après avoir montré que produire de l'oignon a un sens économique (cf. 2), je montre que cela revêt une signification également sensible et sociale (cf. 3). Cette dimension sensible se manifeste par l'incertitude ressentie par les producteurs à l'égard de leur culture et de leur environnement. Ils se disent alors contraints d'être attentifs et d'adapter les pratiques en fonction de leurs observations. Cette attention constante les amène ainsi à nouer une relation sensible à leurs cultures d'oignons qui se traduit par la personnification des oignons et par l'évocation d'émotions.

Dans un second temps, je mettrai en évidence la signification sociale en étudiant la place prise par la transmission de pratiques culturelles dans les discours (cf. 3.2).

Une troisième partie soulignera l'imbrication de ces significations (cf. 4) et s'appuiera sur deux cas concrets. À partir du cas du désherbage (cf. 4.1), je mettrai en évidence l'entrelacement entre signification sensible et sociale : en quoi les discours à propos de l'herbe et du désherbage dans la culture d'oignon donnent-elles à avoir cette double signification ? Le second cas est celui du choix des variétés (cf. 4.2) Il s'agit de comprendre comment un producteur choisit les oignons qu'il cultive. Quelle signification est donnée à ce choix ? Les discours à ce sujet donnent à voir une tension entre un registre social, sensible et économique.

Le chapitre se clôt sur une discussion des résultats et leur mise en perspective avec la recherche contemporaine en lien avec le sujet (cf. 5).

## 2 PRODUIRE DE L'OIGNON : UNE LECTURE ÉCONOMIQUE

### 2.1 LA RENTABILITÉ ÉCONOMIQUE : LA CHAPE DE PLOMB

La finalité économique de la production s'exprime par la place des enjeux de rentabilité et de revenus dans les discours. L'activité vise à fournir aux producteurs un revenu suffisant pour subvenir à leurs besoins, rentabiliser les investissements consentis et développer à terme l'exploitation.

*« Il y a des jeunes qui sont venus, des écoles qui sont venues, et le CFPPA [Centre de formation professionnelle et de promotion agricoles] de Rivesaltes [...] et je leur disais : le plus difficile, c'est pas de produire. Le plus difficile, c'est de bien vendre. Vendre, tu peux vendre. Colis 1€, c'est facile. Ce colis, 8€ : ouais attends, faut discuter, ceci, cela. Ouais, mais tu vois ma cam, tu vois comment elle est. Regarde, il fait froid, ça a augmenté, c'est 8€. Bon, ok, mets m'en 3 palettes. Ça, c'est un bon vendeur. [...] C'est pour ça que je te dis que c'est plus important, le commerce que la production. La production, tu trouveras et puis, tu te débrouilleras, tu vas aller voir les uns, tu vas aller voir les autres, tu vas aller voir des techniciens, tu trouveras. Et il faut en parler dans les écoles parce qu'à un moment, à la fin de l'année, il faut que tu manges. Et puis, s'il faut changer un tracteur, changer un camion [...] Mais, voilà, quand on s'installe, il faut parler argent. [...] Il faut se dire de quoi on vit : pouvoir manger, avoir un toit, si mes enfants veulent faire des études, je peux leur payer des études. Je suis comme ça. Après, il y en a qui se contentent de très peu, je le conçois aussi mais, on parle du fruit de son travail et de ce qu'on fait. » (M31)*

Ce maraîcher exerçant aux abords de Perpignan depuis le début des années 1990 insiste sur l'importance de tirer de son activité agricole un revenu suffisant pour subvenir à ses besoins et sur la nécessité de sensibiliser toute personne souhaitant s'installer en agriculture à ce sujet.

Le discours est empreint d'un ton didactique et pédagogique. Il importe, pour lui, de transmettre sa position aux plus jeunes par l'évocation de la venue occasionnelle d'étudiants sur son exploitation et par l'injonction : « il faut en parler dans les écoles ». Il évoque, par ailleurs, lors de l'entretien son plaisir de parler de son métier aux plus jeunes et de leur

transmettre son expérience. Cette visée pédagogique se manifeste aussi dans l'expression de la position du locuteur : les phrases courtes, le présent de vérité générale, les formules emphatiques, les superlatifs et le recours à des exemples traduisent un souci de clarté.

Pour lui, vendre est une chose. Vendre à un « bon prix » en est une autre et suppose un savoir-faire spécifique. Sa position est illustrée par la reconstitution d'une scène de négociation entre lui et un acheteur où l'objectif est de vendre un colis de légumes non pas 1€ mais 8€. Le langage familier et le discours direct libre caractérisé par l'absence de verbes introducteurs de paroles rendent la scène vivante. Cet exemple donne à voir ce qui est pour lui « un bon vendeur ». Pour souligner l'enjeu qu'elle représente, la vente est comparée à la production qui est jugée plus aisée. L'emploi du futur montre la certitude avec laquelle la production peut être abordée. Bien que concédant certaines difficultés, il insiste sur la possibilité de résoudre tout problème, notamment en demandant des conseils à des pairs ou à des conseillers techniques. Implicitement, cela signifie que la vente est du seul ressort de l'agriculteur, elle ne dépend que de ses compétences propres : aucun acteur qui apporterait une aide dans ce domaine n'est, d'ailleurs, mentionné.

En plus de supposer des compétences particulières, la vente permet à l'agriculteur de subvenir à ses besoins. Au vu de son développement dans cet extrait et dans le reste de l'entretien, cette problématique a une valeur significative à ses yeux. Le maraîcher rappelle ses priorités : se nourrir, avoir un logement, pallier des aléas techniques telle que la panne d'un camion, offrir la possibilité à ses enfants d'étudier et voir son travail respecté. Pour reprendre la « pyramide des besoins de Maslow », cela correspond à des besoins physiologiques, de sécurité, d'estime et d'accomplissement.

Le travail acquiert un fort sens : « on parle du fruit de son travail et de ce qu'on fait ». La formule « on parle de » et la conjugaison au présent donne une portée générale et morale à cette phrase. C'est sa propre personne que l'on engage dans le travail. C'est soi qu'on juge responsable d'un échec. Ce sens accordé au travail peut être éclairé par la conception du travail développée par Karl Marx (Marx, 1844). Le travail se comprend comme un élément dont on ne veut pas être dépossédé, dont est tiré une estime et une fierté et qui témoigne d'une créativité et d'une intelligence. Le travail se doit dès lors de satisfaire des besoins vitaux et un épanouissement personnel. Si ces conditions ne sont pas remplies, le travail en devient aliénant. Par l'importance donnée au « fruit de son travail et [à] ce qu'on fait », le locuteur

considère son travail non pas comme aliénant mais comme une part de soi, un vecteur d'estime de soi et d'identité.

La répétition de la forme injonctive « il faut » montre la considération qu'il prête à la satisfaction de ses besoins. Le caractère impersonnel de cette formulation suggère la revendication de dépasser son cas personnel au profit d'une position plus générale. Ce n'est qu'à la fin de cette énumération que l'acteur émet des concessions en reconnaissant qu'il s'agit de son point de vue (« Je suis comme ça ») et que d'autres ont d'autres positions (« Après, il y en a qui se contentent de très peu, je le conçois »). Ces concessions participent cependant à renforcer la thèse du locuteur. En effet, la présentation d'une partie adverse ne sert à montrer ni l'adhésion à une thèse opposée ni les limites de son analyse mais ouvre, au contraire, sur la réaffirmation de son point de vue.

La production d'oignons revêt, par conséquent, un sens économique comme le prouve l'importance accordée à la vente, le lexique du commerce et le ton injonctif avec lequel le locuteur prône la prise en compte des problématiques économiques lors d'une installation en agriculture. La position est résumée en quatre mots : « il faut parler argent ». La production n'a alors de sens que si elle vendue sur un marché au prix le plus élevé possible et qu'elle génère un revenu suffisant pour permettre à l'agriculteur de subvenir à ses besoins.

*« C'est bien beau de vouloir planter une graine et faire pousser des légumes. C'est chouette, l'image est belle mais, va falloir faire de l'irrigation, va falloir faire de la commercialisation, va falloir faire de la compta. [...] Mais, la commercialisation et la compta, c'est sûr que c'est le nerf de la guerre. » (M23)*

Ce maraîcher bio installé à la fin des années 2010, également dans les Pyrénées-Orientales rejoint l'interrogé précédent : l'économie a une place significative dans son activité. D'après lui, les impératifs économiques rendent nécessaire le déploiement de pratiques dans le domaine compta et commercial. Il moque ainsi l'image qui est, d'après lui, communément donnée du maraîchage, le réduisant à de la culture de légumes. Son propos est empreint d'ironie : « c'est bien beau », « c'est chouette, l'image est belle ». Il oppose, à cette image, la réalité du métier. Le verbe d'obligation « va falloir » répété trois fois présente, sous la forme d'une anaphore, les pratiques qui s'imposent et qui ne sont pas imaginées *a priori*. Le suffixe « -tion » suggère que les pratiques en question sont plus techniques que celles consistant à « planter la graine » et à « faire pousser des légumes ». Elles semblent également plus

complexes : « l'irrigation », la « commercialisation » et la « compta » désignent non pas des actions concrètes mais davantage un domaine d'action général et plus abstrait : la recherche de débouchés, la gestion de la vente et le suivi des comptes de l'exploitation. Ces activités font partie de son quotidien, comme le prouve le raccourcissement de la « comptabilité » par la « compta ». Après une brève intervention de deux maraîchers présents lors de l'entretien qui vont dans son sens, il reprend son idée et l'approfondit par une métaphore : « c'est le nerf de la guerre ». Cela fait du maraîchage un combat et des activités comptables et commerciales un enjeu pour le gagner. Le « c'est sûr » peut se comprendre doublement : s'occuper de ces aspects est à la fois évident et décisif. La métaphore guerrière, employée régulièrement dans les entretiens (cf. Chapitre 4, 4.1.1), est ici accentuée par l'antéposition du sujet (« la compta et la commercialisation ») et par la formule emphatique (« c'est sûr que c'est »).

Dans ces deux entretiens, la prévalence de l'économie fait figure de paradoxe et se doit donc d'être révélé, notamment aux personnes souhaitant devenir exploitants agricoles. Les deux locuteurs se rejoignent par leur critique plus ou moins explicite d'une réduction de l'agriculture à une simple activité de production. Cette position paraît idéaliste ou, du moins, faussée. La gestion économique, commerciale et comptable prime sur la production et implique, de ce fait, des pratiques et des compétences spécifiques. Pour le premier interrogé, il s'agit de compétences de négociation et de communication qui permettent d'obtenir le prix le plus élevé possible sur un produit, d'assurer son revenu et, à terme, de subvenir à ses besoins. Le but est pour ainsi dire de produire pour vivre. Pour le second interrogé, il s'agit de compétences en comptabilité et en gestion. L'impératif économique implique effectivement le suivi des ventes et des comptes de l'exploitation. Leur discours souligne, par voie de conséquence, le sens économique accordé à la production.

Cette pression exercée par l'économie sur l'activité agricole est aussi mise en avant par des acteurs non-agricoles. Pour cette agronome exerçant dans les Pyrénées-Orientales dans un institut de recherche spécialisé dans l'agriculture, c'est cette pression économique à court terme qui explique l'absence d'initiatives collectives autour du maraîchage.

*« Même si les gens se rendent compte que ça fonctionne pas au top et qu'il faudrait évoluer, c'est utile d'évoluer mais c'est compliqué parce que, aussi, ils sont très pris par les contraintes de l'immédiat, il faut faire vivre les exploitations, il faut faire vivre les structures commerciales. Ça donne pas tellement le temps de*

*se projeter et de faire des réunions collectives en se disant : est-ce qu'on peut fonctionner autrement ? » (CH1)*

La description de la posture des maraîchers s'accompagne d'un ton pathétique où l'enjeu est de susciter la pitié de l'auditeur. La locutrice insiste sur la contrainte s'exerçant sur les exploitations avec la formule impersonnelle d'obligation répétée deux fois « il faut faire vivre » et les termes « contrainte », « compliqué ». Les difficultés sont telles qu'elles amènent à ne pas changer de modèle, à ne pas se projeter. Il y a alors une opposition entre le long et le court terme. Le court terme consiste à « faire vivre » les exploitations, « les contraintes de l'immédiat » tandis que le long terme consiste à « se projeter », « faire des réunions collectives » et à se demander comment « faire autrement ». La nécessité d'un changement fait pourtant consensus comme le suggère la concession : « même si les gens se rendent compte que ça fonctionne pas ». La conjugaison au conditionnel de la formule d'obligation, « il faudrait évoluer », montre que l'évolution est une perspective incertaine mais souhaitable et « utile ». Comme elle le dit dans la suite de l'entretien, « évoluer » et « fonctionner autrement » pourrait consister à organiser collectivement des circuits de proximité. Des produits pourraient être exportés de manière groupée et sous un même nom, vers les agglomérations proches telles que Narbonne et Montpellier. L'importance du bassin maraîcher autour de Perpignan et l'absence de telles activités maraîchères dans les départements proches justifierait une telle démarche. Cependant, si de telles idées ne se concrétisent pas, cela est avant tout lié à la pression économique que connaissent les exploitations.

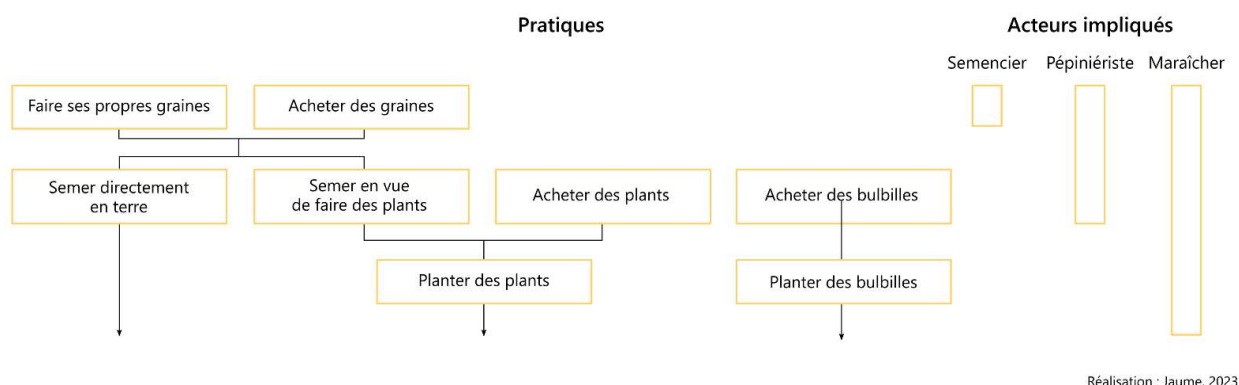
Ces trois discours font de la rentabilité un enjeu clé pour les maraîchers et montrent la signification économique que revêt la production d'oignons. Cette signification économique se manifeste, en outre, par l'importance accordée aux coûts de production et, en particulier, à celui des semences et des plants.

## **2.2 SEMIS OU PLANTS : UN ARBITRAGE ÉCONOMIQUE**

Pour cultiver des oignons, les maraîchers ont plusieurs options (cf. Figure 54).



Figure 54 De la graine à l'oignon



Parmi les possibilités, deux dominent :

- Celle consistant à acheter des graines, faire des plants et les planter en terre,
- Celle consistant à acheter directement des plants.

Or, les critères qui président dans le choix des options sont d'ordre économique et concernent le coût de production et de main d'œuvre. Cela explique pourquoi les bulbilles sont peu plébiscitées. Bien que leur plantation soit plus aisée et que le délai jusqu'à maturité soit raccourci, leur coût n'incite pas les maraîchers à en acheter : « avant, on en achetait pour les oignons de cuisine mais c'était peu avantageux. » (M38). Ce maraîcher bambergeois achète donc ses graines d'oignons à deux semenciers et produit ses propres plants qu'il plante ensuite.

Graines et plants sont, de ce fait, associées à un coût pour le maraîcher et ont donc un sens économique. Cet échange entre deux maraîchers où l'un explique à l'autre sa manière de semer, en témoigne :

« A : Nous, c'est début mars qu'on sème. Et on sème deux raies de 40m à 47g le mètre, c'est-à-dire, c'est énorme. Parce qu'on a une terre qu'est tellement caillouteuse, où y a 50% de cailloux au tamis. Donc, la difficulté, c'est de trouver le bon nombre de graines au gramme. Parce que la première année, j'avais acheté un beau semoir qu'on pouvait régler. Je fais mes réglages, je voulais 100 oignons au mètre. Je fais mes essais, 100 semis au mètre. Je sème et il en est rien sorti. [rires] Zéro. Et là, sur 500 graines au mètre, ils les restent pas, les 100 grammes. Souvent, ils restent 50, 60.

B : Tu sèmes 10 fois plus ?

*A : Ouais, donc ouais, y a un coût de la semence qu'est important.*

*B : Et y a pas un problème à la semence, justement ?*

*A : Non, non, non, parce que tu sèmes à l'unité. En godet, sur du terreau, là, tu as 90% de levées comme c'est normalement. C'est la terre, c'est la terre.*

*B : Tu les fais en plein champ ?*

*A : Oui, plein champ. Des semis plein-champ. Et j'en sème 200g du coup. Alors, on arrive à en vendre un peu, en plants parce que j'essaie d'en faire un peu plus. Mais, y a des années où j'ai du mal à avoir juste pour repiquer. Ce qui correspond à peu près à 5000 pieds. Bah, 52€ de semence, 5000 plants. » (M22, M20)*

Le maraîcher A achète ses graines et les sème directement en pleine terre. Une fois levés, les oignons sont repiqués. En raison d'une terre « tellement caillouteuse, où y a 50% de cailloux au tamis », il note la perte importante de graines avec ce système et le coût élève en semence que cela entraîne. Le maraîcher tente de limiter ce coût en identifiant le pourcentage approximatif de non-levée et en adaptant la quantité de graines en fonction : « la difficulté, c'est de trouver le bon nombre de graines au gramme ». Il utilise, pour ce faire, un semoir réglable. Au fil des années, le maraîcher estime à 200g le poids de graines à semer pour obtenir 5000 oignons, soit une dépense de 52€. La longueur des raies, le coût des semences, la part de non levées, la quantité de graines à semer, la part de graines qui ne lèveront pas et le nombre d'oignons à produire par an sont explicitement quantifiés et sont consignés dans un carnet (cf. Illustration 13). Chaque année, il reprend ce dernier pour adapter sa production. Le maraîcher opte, de ce fait, pour une approche quantifiée et économique. Cela ne rend certes pas la terre plus fertile mais vise à estimer précisément, à anticiper et à optimiser les coûts.

Le fait que la semence et le plant d'oignon soient appréhendés en termes de coûts montrent le sens économique qui leur est donné. Cette signification économique se traduit également par une relation entre semenciers, pépiniéristes et maraîchers qui semble procéder d'une division du travail.

### **2.3 LA SEMENCE ET LES PLANTS : UNE DIVISION DU TRAVAIL**

L'enquête montre que de nombreux maraîchers ne les produisent pas eux-mêmes leurs graines ou leurs plants d'oignons mais les achètent. L'étape de production de la graine et du

plant paraît alors refoulée par les maraîchers. Leur travail commence, pour ainsi dire, à la réception du plant et se termine à la vente de l'oignon.

Or, cela s'apparente à la « division du travail » (Scott & Leriche, 2018) mise en lumière par Adam Smith et par l'économie politique et entendue comme la décomposition d'une activité de production en plusieurs tâches (*ibid.*). La production d'oignon mobilise, en ce sens, trois types d'acteurs qui sont, chacun, spécialisés dans une étape : les semenciers, les pépiniéristes et les maraîchers produisent, respectivement, la graine, le plant et l'oignon. Cette lecture en termes de division du travail donne, par conséquent, à voir le sens économique accordé à la production d'oignons.

Les maraîchers justifient l'achat de graines par les compétences, le temps et l'espace que cette production nécessite. La production de graines d'oignons est considérée comme un « métier à part entière » (M19) : « c'est un truc à part de faire des semences. Donc, ça complique, pour la production » (M34), indique ce maraîcher qui, pourtant, fait sa propre graine d'oignon de Toulouges. Cette dernière est représentée comme une contrainte et un facteur de stress<sup>88</sup>. Des maraîchers concèdent ainsi que l'achat des graines a un coût mais préfèrent y consentir pour éviter de les produire eux-mêmes<sup>89</sup>.

De même, nombreux sont les maraîchers à acheter leurs plants d'oignons. L'obtention des plants est alors comme décrite comme une étape essentiellement technique qui consiste à commander des plants ou des graines à une entreprise extérieure, à déterminer une date et un lieu de livraison, à réceptionner la commande et à faire la plantation dans un bref délai.

*« On achète les plants d'oignons. On les achète à une entreprise certifiée Bioland. Ils font uniquement des plants. C'est une très grande entreprise et ils font uniquement des plants. On doit commander les plants en été pour le printemps d'après. Il y a donc un délai et il faut planifier la culture. Tu ne peux pas commander trop tard, sinon, tu n'es pas sûr d'avoir les plants. » (M42)*

Cette maraîchère bio de Bamberg décrit comment elle obtient ses plants d'oignons. La commande de plants suppose une anticipation des besoins et des délais de livraison et, de

---

<sup>88</sup> Entretiens M19, M20, M23

<sup>89</sup> Entretiens M5, M19, M20

ce fait, une planification de l'itinéraire technique<sup>90</sup>. La production de graines et de plants n'est pas du ressort de la maraîchère mais est confiée à une entreprise extérieure, témoignant d'une division du travail. Cette dernière se traduit par l'invisibilisation des acteurs de l'amont et de leurs pratiques : le producteur de plants n'est pas nommé et leur activité n'est pas décrite en détail. Il est désigné par le pronom pluriel « ils » et comme étant « une très grande entreprise ». Cela crée une distance entre la maraîchère et cet acteur.

La délégation de la production de plants à des entreprises spécialisées a alors des raisons économiques :

*« Avant, je me faisais mes tables de semis et, depuis 3 ans, 4 ans, maintenant, je m'embête plus avec ça. Je m'arrange avec mon fournisseur de graines, je fais faire à des fournisseurs, des producteurs de plants qui sont mieux équipés et moi, ça me va mieux dans la gestion du travail. Et c'est des graines que j'achète. Je me les fais semer et je me fais livrer du plant. » (M34)*

A l'exception des oignons de Toulouges, les oignons produits par ce maraîcher sont issus de plants achetés à un pépiniériste. Après avoir pendant plus de vingt ans produit l'intégralité de ses plants, il décide de déléguer la production de plants. Ce partage des tâches a donc une signification économique : il permet de mieux organiser le travail sur son exploitation, de réduire des coûts de main d'œuvre et de pallier son manque d'équipement.

Le partage de la production de graines, de plants et d'oignons entre différents acteurs spécialisés peut ainsi se lire comme une division du travail (Scott & Leriche, 2018), ce qui signale la signification économique accordée à la production d'oignons.

### **2.3.1 Une division du travail sujette à controverses**

La séparation entre les productions de graines, de plants et d'oignons ne fait cependant l'unanimité : certains la critiquent ou, du moins, souhaiteraient s'en départir.

---

<sup>90</sup> L'itinéraire technique est « la combinaison logique et ordonnée des techniques mises en œuvre sur une parcelle en vue d'obtenir une production » (Sebillotte, 1974)

Des maraîchers installés depuis peu, considèrent cette division du travail comme éphémère<sup>91</sup>. Une fois qu'ils auront stabilisé leur activité, ils prévoient de s'engager dans la production de leurs propres graines. La division du travail est une aide pour débiter leur activité.

Dans les Pyrénées-Orientales, des interrogés ont noté les limites de l'approvisionnement en plants auprès d'un pépiniériste espagnol si bien que certains maraîchers ont décidé de produire à nouveau leurs propres plants :

*« A : Nous aussi, on a acheté chez [X, le pépiniériste espagnol] mais on a arrêté. Parce que justement, on s'est aperçu sur beaucoup de variétés que c'était pas les variétés qu'ils disaient. Eh du coup, le plant, on se le fait, nous. On se fait tous les plants. Comme ça, au moins, on peut certifier ce qu'on fait. C'est pour ça que pour l'oignon aussi, on est certifié.*

*Moi : ça demande plus de travail ?*

*A : Oui, mais on est agriculteur ou pas ? [rires] C'est comme ça. Moi, je le vois comme ça. » (M32)*

Les erreurs fréquentes de livraison ont incité ce maraîcher bio à cultiver à nouveau ses plants du fait qu'elles pouvaient présenter un risque pour sa certification bio. Si ce retour est initialement motivé pour des questions pratiques, il le présente ensuite comme un fondement du métier d'agriculteur : la division du travail ne doit pas se faire *a priori*, l'agriculteur devant être à-même de faire ses plants. Son propos se veut général et prescriptif (« c'est comme ça »). Par le « on est agriculteur ou pas ? », il s'inclut, lui et les autres maraîchers.

La séparation de la production de graines, de plants et d'oignons répond ainsi à des enjeux économiques. Une lecture sous le prisme de la division du travail révèle des lignes de partage entre les semenciers, les pépiniéristes et les maraîchers et au sein de ces derniers, entre ceux qui recourent à ce partage des tâches et ceux qui s'en détachent. L'adhésion ou non à la division du travail dépend alors souvent d'arguments économiques et pratiques tenant aux modalités de livraison, aux variétés disponibles, aux coûts représentés. Elle dépend également du sens donné à leur métier : a-t-il comme prérogative de produire graines et plants ou peut-il le déléguer à d'autres ?

---

<sup>91</sup> Entretiens M2, M5, M13, M14

La signification économique donnée à la production d'oignons apparaît ainsi dans la division du travail qui marque la production d'oignons mais aussi, dans un autre ordre d'idée, dans la place accordée au contexte économique.

## **2.4 L'INFLUENCE PALPABLE DU CONTEXTE ÉCONOMIQUE**

Le contexte économique global est perçu comme ayant une grande influence sur les activités des acteurs et ce, positivement ou négativement. Il semble s'imposer aux acteurs. La représentation d'un contexte économique global comme facteur de difficultés transparaît dans l'évocation d'une concurrence avec des producteurs d'autres régions et d'autres pays. Pour de nombreux interrogés, les différences au niveau du coût des équipements, de la main d'œuvre, des matières premières, du prix de vente des légumes, des réglementations sur les produits phytosanitaires, du volume et de la période de production favorisent la concurrence.

La référence à une concurrence extérieure est revenue à de très nombreuses reprises dans la région de Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales. La concurrence renvoie parfois à un terme générique où n'est pas précisé le responsable de cette concurrence :

*« La concurrence et tous les frais d'exploitation aussi. Tout est plus cher. Tout est plus cher, les assurances, les graines. » (M33)*

L'emploi d'un présent de vérité générale et la répétition de la sentence « tout est plus cher » donne un caractère général à ce discours. La concurrence et la hausse des coûts de production ne concernent pas uniquement l'exploitation mais renvoient à une situation contemporaine globale.

Lorsque les concurrents sont désignés, ils sont rattachés à une aire de production, de taille variable allant d'un ensemble de pays à une région infranationale. À Bamberg, les acteurs identifient les « grosses exploitations d'Allemagne du Nord » (M36), l'Italie, les Pays-Bas. Dans le secteur plus spécifique des semences, un pépiniériste indique que de manière croissante, « la multiplication se fait en Italie, au Danemark en partie en Chine » (P8). Pour être compétitif, il doit vendre ses graines au prix pratiqué par ses concurrents, ce qui ne permet pas de pallier des coûts de production supérieurs. L'activité de ce pépiniériste a donc considérablement évolué dans ce contexte de mondialisation du marché des semences et de concurrence accrue de pays étrangers :

*« À l'époque, nous avions environ vingt hectares de production de semences. Donc, uniquement des productions de variétés pures. Mais, on a tout abandonné entre temps. [...] Aujourd'hui, on le fait en Italie. Chez nous, c'est trop cher. » (P8)*

Sur les terrains de l'exploitation, seules sont ainsi produites les lignées pures<sup>92</sup> des variétés que l'exploitation a inscrite au Catalogue allemand des variétés. Cette production sert, autrement dit, de référence et s'étend sur environ 5000m<sup>2</sup>.

Dans les Pyrénées-Orientales, la Catalogne, le Maroc, « l'Espagne, la Grèce et le Portugal et l'Italie » (M29), la Bretagne font figure de concurrents. L'entrée de l'Espagne dans le marché commun européen en 1986 a été perçue à cinq reprises comme un moment charnière, marquant le début de la concurrence et, en quelque sorte, la fin d'un âge d'or. Le récit d'un maraîcher illustre ce point. Après avoir grandi dans une famille d'agriculteurs dans les Pyrénées-Orientales, il reprend l'exploitation parentale au début des années 1980. Il dresse un tableau où contraste fortement la situation avant et après l'entrée de l'Espagne dans le marché commun<sup>93</sup> :

*« Le Roussillon, y a encore 30 ans, avant l'entrée des pays qui ont, je dirais... qui ont les mêmes productions que nous, qui sont venus nous concurrencer... L'Espagne, la Grèce et le Portugal et l'Italie ont été notre ruine parce que, d'un côté, eux, ont été subventionnés et aidés par la Communauté européenne. Ils avaient des périodes dérogatoires sur tout, sur les produits phytos. Encore aujourd'hui, en Espagne, ils utilisent des produits phytosanitaires qui sont interdits chez nous depuis 20 ans et ce, jusqu'à la veille de la cueillette. Donc on n'est pas sur un pied d'égalité et c'est ce qui a tué nos productions.*

*Le Roussillon, quand on parlait du Roussillon, c'était des abricots sur Rungis, c'était des camions et des trains entiers qui partaient du marché de Perpignan, du marché d'Elne, du marché d'Ille-sur-Têt pour la pêche. C'était le jardin primeur*

---

<sup>92</sup> Une lignée pure correspond à une population où les géniteurs et leurs descendants présentent de mêmes caractéristiques et sont semblables sur le plan génétique. Pour obtenir ce type de lignée, les individus sont reproduits durant plusieurs générations par autofécondation forcée et sélectionnés en fonction des caractéristiques voulues.

<sup>93</sup> Le propos est divisé en paragraphes à des fins d'analyse. Il n'y avait pas de coupure dans l'entretien.

*de la France. [...] Les premières tomates de Perpignan se vendaient dix francs du kilo. Les premiers qui ont monté les serres, ils se sont enrichis.*

*Malheureusement, ils ont réinvesti et, quand l'Espagne est rentrée dans le marché commun, tout le monde a été ruiné. Évidemment, fatalement, les enfants sont partis vers d'autres cieux, faire d'autres choses, les terres se sont vendues, bradées ou pas. Et on en arrive, quelques aléas climatiques, une neige qui a fait tomber la moitié du parc de serre du département en 86 et 92. Et puis, des difficultés culturelles où on a plus les désherbants, les produits phytos, les banques qui n'ont pas suivi, des porteurs de projets et des hommes politiques qui n'ont pas cru ou soutenu nos productions et tout ça mis bout à bout, on en est là où on en est. Et, malheureusement, je crois pas que ça va évoluer favorablement. » (M29)*

Le locuteur emploie la première personne du pluriel pour parler au nom des agriculteurs des Pyrénées-Orientales et décrire l'évolution de la concurrence et ses conséquences sur la vitalité du maraîchage local. Le propos peut être scindé en trois parties. Au départ, sont exposés les traits de la concurrence actuelle, son historique et ses raisons. La réglementation sur les produits phytosanitaires suscite, dans cette perspective, un fort ressentiment chez l'enquêté. Dans un deuxième temps, le locuteur décrit avec nostalgie l'époque précédant la concurrence : une époque révolue durant laquelle le Roussillon était le « jardin primeur de la France ». Il considère, en des termes laudatifs, les légumes roussillonnais : leur disponibilité, leur primauté, leur cherté et leur export dans la France entière. La référence au prix des tomates et à l'installation de serres qui se multiplient au cours des années 1970 et 1980 sous-entend le niveau de revenu relativement élevé des maraîchers et leur capacité d'investissement. L'adverbe « malheureusement » et l'évocation de l'arrivée de l'Espagne initient la troisième partie du discours. Le contexte politique, climatique, économique et social est, dès lors, présenté comme défavorable et vecteur de difficultés pour l'agriculture des Pyrénées-Orientales.

Ce récit consiste donc à exposer un « avant » et un « après » en soulignant la rupture et le basculement engendré par l'arrivée de l'Espagne. Cette représentation idéalisée du passé et pessimiste du présent rappelle la métaphore éprouvée par la littérature latine, d'un « âge d'or » précédant une « chute » et une époque de « décadence » et de crise. La manière dont est évoquée la concurrence espagnole suggère le fait que le contexte économique global est associé à des difficultés contre lesquelles il n'est pas nécessairement possible de lutter.



Cette représentation pessimiste du contexte économique global transparait d'autant plus dans les entretiens réalisés avec des maraîchers et des acteurs de la logistique dans les Pyrénées-Orientales à la fin de l'année 2022. L'inflation, l'augmentation du coût des matières premières, la baisse de la consommation de légumes et, par là-même, celle des débouchés et du prix de vente pour les producteurs marquent les esprits. En comparaison des entretiens passés, une importance plus grande est accordée au contexte économique national et international. Ainsi, lorsque je demande à cette responsable d'une entreprise d'expédition de décrire sa vision du maraîchage local à l'horizon 2030, sa réponse est teintée de pessimisme et d'incertitude :

*« Je n'en ai aucune idée. On en a aucune idée. Regardez les informations... notre président nous a ...vous savez qu'il y a la guerre en Ukraine, vous savez qu'il y a le réchauffement climatique. Vous savez qu'il y a une crise du pouvoir d'achat. Et cette crise du pouvoir d'achat, elle est pas prête de s'arranger. [...] Il y a des pays d'Europe où l'inflation, on parle de 50% en Turquie ou de 24% en Pologne. Donc, ça va pas aller en s'arrangeant. Fin, pas de suite. Et là, moi, j'ai pas de visibilité. On se dit que les gens vont quand même continuer à manger quelque chose. »*  
(D4)

Le contexte évoqué est national, européen et mondial et d'ordre économique, climatique et géopolitique. Il est vu comme ayant une incidence directe sur la filière légumière. L'avenir est incertain, sinon perçu avec pessimisme, ce qui empêche toute stratégie à moyen et long terme. Cette même enquêtée s'occupe d'une association de producteurs bio et constate chez ses membres les difficultés engendrées par la conjoncture économique.

*« Avec nos producteurs, sans être alarmiste, aujourd'hui, on a un prix payé producteur qui dégringole et, eux, ils ont des coûts qui augmentent de manière exponentielle. [...] Au mois de juin, l'engrais, il avait déjà pris +13%. Là, pour septembre, il a réaugmenté et on annonce à nouveau une augmentation en janvier, de l'engrais. Le carburant, + 47%, le paillage, +16%, les emballages carton, +40%. Mais, là-dedans, il y en a dont le prix a été doublé, c'est +100%, les colis, les colis-concombre c'est +100% en 2022. En 2022, ils ont payé deux fois plus cher qu'en 2021. Le terreau c'est + 69% alors que le prix payé producteur dégringole. »* (D4)

L'énumération des taux d'inflation et les termes « alarmiste », « exponentielle » et « dégringole » ajoutent un caractère tragique au discours. L'enquêté mentionne ensuite des cas de dépression, d'endettement, d'abandon d'exploitations et de « déconversion », signifiant un retour à un système conventionnel. Le contexte économique global fait donc l'objet d'une représentation négative et fataliste : il s'impose aux acteurs si bien que ces derniers n'ont aucun moyen d'y échapper.

Des enquêtés ont cependant une représentation plus positive du contexte économique global.

*« Ces dix dernières années, la situation s'est considérablement améliorée pour nous parce qu'on parle beaucoup de régionalité [Regionalität]. Pour mes parents, en 2000-2005, c'était un gros problème parce que la provenance des produits n'avait pas d'importance tant que c'était bon marché, tant que le prix était bas. Depuis 2005, les gens veulent beaucoup plus de régionalité. Et donc, c'est possible de payer plus cher. Je pense que des jeunes familles sont aussi prêtes à payer plus cher pour plus de régionalité. » (M36)*

Pour ce maraîcher bambergeois, la promotion de la régionalité (*Regionalität*) a eu des effets positifs sur son activité. L'heure est, en d'autres termes, à la mise en avant des produits locaux et régionaux et des circuits de proximité. Ce contexte a contribué, selon lui, à l'ouverture de nouveaux débouchés et à une meilleure valorisation des produits à la vente. La vente sur des circuits longs avait contraint ses parents à baisser leur prix, afin de résister à la concurrence. La régionalité a permis de remédier, en partie, à cette situation. La référence aux « gens » (*die Leute*) montre qu'il s'agit d'une tendance générale, d'un contexte global qui dépasse Bamberg. Dans ces conditions, le maraîcher, après avoir repris l'exploitation de ses parents au début des années 2010, revoit son modèle de commercialisation. Il décide de privilégier des circuits courts avec un faible nombre d'intermédiaires et s'oriente vers la livraison de restaurateurs bambergeois et de supermarchés REWE<sup>94</sup> dans un rayon de cinquante kilomètres autour de la ville. Comme il l'explique quelques minutes après cet extrait, cette

---

<sup>94</sup>Les supermarchés REWE fonctionnent suivant un système de franchise. Les magasins appartiennent à un individu qui loue le bâtiment ou en est le propriétaire. Les responsables de franchises achètent les produits à REWE et peuvent nouer des partenariats avec des agriculteurs locaux. Certains supermarchés REWE appartiennent directement à REWE et le directeur est employé par l'entreprise.

option a un double intérêt : elle est en accord avec le contexte économique et est un moyen d'optimiser sa charge de travail.

Dans cet exemple, le contexte global est perçu de deux manières. Il est, d'une part, évolutif dans la mesure où les circuits longs ont été complétés de circuits régionaux. Le contexte économique qu'ont connu les parents du locuteur n'est pas celui qu'il connaît désormais. Il est, d'autre part, conçu comme offrant des opportunités qu'il revient à l'acteur de saisir pour développer son activité. C'est dans cette optique que le maraîcher s'est appuyé sur cette promotion croissante de la régionalité pour faire évoluer son activité.

La culture de l'oignon est, de ce fait, associée à un contexte économique global qui fait l'objet de représentations ambivalentes. Il est perçu négativement quand il est subi par l'acteur et est, pour ainsi dire, vu comme une fatalité : il crée des difficultés et renforce la concurrence avec des acteurs extérieurs. Chez d'autres acteurs, le contexte est vu plus favorablement, comme un ensemble d'opportunités que l'acteur peut saisir.

En définitive, l'enquête montre la prégnance de la signification économique accordée à la production d'oignons. Elle se manifeste par une séparation de la production de graines, de plants et d'oignons s'apparentant à une division du travail et par l'importance accordée à la rentabilité et au contexte économique global. La culture de l'oignon ne se réduit cependant pas à des arbitrages économiques où l'enjeu est de limiter les coûts et maximiser le bénéfice. Le registre économique n'est pas omniprésent lorsque les acteurs décrivent et expliquent leurs pratiques de production. La partie qui suit montre ainsi que la production revêt également une signification sensible et sociale.

### **3 UNE RELATION SENSIBLE ET SOCIALE QUI SE NOUE AU FIL DE LA PRODUCTION**

#### **3.1 UNE SIGNIFICATION SENSIBLE RÉVÉLÉE PAR LE POIDS DE L'INCERTITUDE, DES PERCEPTIONS ET DES ÉMOTIONS**

##### **3.1.1 L'incertitude : le maître-mot**

L'incertitude est reconnue par la plupart des maraîchers comme inhérente de leur activité, comme un élément avec lequel ils sont sommés de composer. L'incertitude apparaît dès la plantation, jusqu'à la récolte.

*« On plantait un peu au hasard des fois, on savait pas trop des fois. »(M30)*

*« Cette année, c'est comme ça. Il y a beaucoup de gros, beaucoup de gros. [rires] À cause du temps. Normalement, chaque année, il pleut peu, il y a peu de pluie et les oignons sont normaux, comme ça, des petits, des gros. Mais cette année, il a beaucoup plu et les oignons étaient très gros. » (M35)*

Dans le premier extrait, une maraîchère installée depuis le début des années 2000 aux abords de Perpignan explique que l'incertitude et l'aléa sont fréquents au moment de la plantation. Savoir et hasard sont mis en opposition : savoir quand planter permet de ne pas planter au hasard mais ici, l'incertitude conduit la locutrice à planter « au hasard ».

Dans le deuxième extrait, une maraîchère installée au sud de Bamberg dit avoir été surprise par les oignons récoltés, l'année passée. Alors qu'ils présentent habituellement des tailles variables, ils sont cette année de grande taille. Elle souligne le caractère imprévu de cette récolte en insistant sur ce qui produit « normalement », sur les certitudes qu'elles avaient acquises. L'étonnement devant ce résultat montre que la production d'oignons est associée à de l'incertitude.

L'expérience et les années de pratique sont vus comme une opportunité pour réduire l'incertitude. *A contrario*, l'incertitude sera d'autant plus grande chez un producteur qui juge sa production trop récente ou trop réduite.

*« En fait, on n'est pas des maraîchers. On est des arboriculteurs. Donc, il faut aller chez des vrais maraîchers pour voir comment eux produisent. Y a deux producteurs d'oignons rouges, c'est [X] et [Y]. Faut aller chez [Y]. [...] Moi, c'est pas représentatif, je fais un truc intuitif, comme je le sens. » (M11)*

Cette maraîchère produisant des oignons de Toulouges se dit principalement arboricultrice. À côté d'une production de pêches et d'abricots, elle produit l'été des légumes de saison que sont la tomate, l'oignon et le melon pour les vendre sur le marché d'une commune littorale. Bien qu'ayant débuté cette culture à la fin des années 2010, elle estime que sa production est trop réduite. Elle ressent donc de l'illégitimité à s'exprimer sur cette culture. Elle m'invite dès lors à rencontrer deux « vrais » producteurs qui font figure de modèles. Ces derniers produisent des volumes plus importants et sont installés depuis plus longtemps. À l'inverse, elle présente son cas comme « pas représentatif » et ses pratiques comme intuitives,

autrement dit, incertaines et non stabilisées. Ces enquêtés se rejoignent, de ce fait, par leur incertitude à l'égard de la production d'oignons.

### 3.1.2 Un climat qui alimente de l'incertitude

L'incertitude se manifeste, en particulier, dans les discours à propos du climat. Le climat constitue un élément extérieur aléatoire face auquel le maraîcher n'a pas de prises. Certains parlent d'aléa, d'autres parlent de chance mais le présupposé est le même : la culture d'oignons dépend de conditions climatiques aléatoires et incertaines.

*« Pour nous, ce qui est le mieux, c'est quand il ne gèle pas tous les jours. Mais, j'ai entendu dire que, dans d'autres régions, ils avaient eu beaucoup de gel. Et là, les salades sont mortes, ils n'ont pas eu de chance. Mais, nous, nous avons eu de la chance. » (M36)*

Pour ce maraîcher bambergéois dont l'intégralité des cultures sont en plein champ, la fréquence du gel et le fait que l'année soit froide et pluvieuse sont des questions de chance. Il commence par décrire la situation, d'après lui, optimale ou, du moins, celle qui cause un moindre mal : un gel régulier sans être quotidien. Au travers d'échanges avec des pairs ou d'autres acteurs, il a eu écho de nombreux jours de gels dans d'autres régions alors que lui n'y a pas été confronté. Pour lui, cela revient à de la chance (« *Glück* »). Considérer qu'obtenir des conditions climatiques favorables relève de la chance montre que le locuteur n'aborde pas le climat d'un point de vue technique ou scientifique mais d'un point de vue subjectif et empirique. Le climat et la culture de l'oignon sont dès lors entourés d'incertitude.

Le caractère aléatoire et imprévisible du climat et, notamment, de l'humidité et des précipitations est, plus encore, cause d'incertitude et d'inquiétude pour les producteurs des Pyrénées-Orientales.

*« Que ce soit des problèmes, ouais, d'abord, liés à la climatologie. Si on a une période de forte humidité très longtemps, on peut avoir des soucis. L'oignon est très sensible au mildiou. Donc, on peut avoir du mildiou. » (M34)*

Ce maraîcher, important producteur d'oignons de Toulouges dans les Pyrénées-Orientales, présente la « climatologie » comme un facteur de « problèmes », de « soucis ». Le terme « climatologie » a une connotation technique et scientifique, ce qui suggère la volonté de montée en généralité. L'humidité est le principal problème identifié bien qu'il demeure

aléatoire. La proposition conditionnelle introduite par « si » et l'utilisation du verbe « pouvoir » en témoignent : « on peut avoir des soucis », « on peut avoir du mildiou ».

La conséquence de l'humidité est l'apparition du mildiou sur l'oignon<sup>95</sup>. Or, pour présenter ce risque de mildiou, le locuteur personnifie l'oignon et s'associe à son mal. L'oignon est doté d'une sensibilité et acquiert les traits d'un humain : il est « très sensible ». La phrase suivante est paradoxale : « on peut avoir du mildiou ». Ce n'est pas le maraîcher qui a le mildiou mais ses oignons. Il y a, de ce fait, une relation forte entre la plante et le maraîcher au point que ce dernier s'identifie à la plante et ressent le même mal. La personnification de l'oignon, très fréquente dans les entretiens, sera davantage développée par la suite (cf. Chapitre 4, 3.1.4.3).

L'incertitude vis-à-vis des écosystèmes, du climat, des végétaux permet de comprendre le déploiement de pratiques spécifiques de la part des producteurs. Cela consiste en particulier à observer, à expérimenter et à adopter des pratiques évolutives et « non stabilisées » (Alarcon, 2018).

### **3.1.3 Cultiver l'oignon dans un contexte d'incertitude**

Le sentiment d'incertitude inhérent à la culture d'oignons est une clé pour comprendre les pratiques culturelles des producteurs. Ces derniers composent avec l'incertitude, ce qui les amène à différentes pratiques : accorder une grande importance à l'observation, se fonder sur son intuition ou chercher à réduire autant que possible l'incertitude.

#### **3.1.3.1 Observer**

L'observation est reconnue comme cruciale par les producteurs d'oignons. Nombreux sont ceux à témoigner de l'importance d'observer leurs cultures, le climat, le sol. Quand semer l'oignon ? Quand le récolter ? Comment le conserver ? C'est l'observation de la plante et de pairs au fil des années qui permet, en partie, de répondre à ces questions.

*« On le récolte, on le sème et on le récolte dès qu'il est comme ça. C'est de l'oignon très tendre qu'on laisse même pas grossir comme le petit doigt. » (M1)*

Ce maraîcher installé dans les Pyrénées-Orientales mobilise la vue pour savoir quand récolter ses oignons jeunes. Cela est souligné par l'emploi de pronoms démonstratifs et de comparaisons : il est récolté « comme ça », quand il est moins grand que « le petit doigt ».

---

<sup>95</sup> Le mildiou est une maladie causée par un champignon (le *Peronosporadestructor* dans le cas de l'oignon) et favorisée par l'humidité. Il apparaît au printemps et se manifeste par des tâches claires et jaunâtres puis par un assèchement des feuilles (sources : agro.basf.fr ; bayer-agri.fr)

L'oignon recherché est « très tendre » : ses qualités sont soulignées par l'adverbe intensif et la formule emphatique (« c'est...que »). Cette qualité apparaît comme éphémère et conditionnée par la date de récolte si bien que déterminer le « bon » moment pour récolter implique une observation fine de la part du maraîcher.

*« Quand j'étais petit, je voyais mon père faire ce truc-là [aller voir sur le terrain pour voir si l'oignon est bien arrosé] et, après, je le mets en place. Quand je suis sur le terrain, je le vois de moi-même. Après, y a des hygromètres, je crois, qui vous permettent de voir si ça manque d'arrosage ou si ça manque pas. Mais j'ai jamais vu l'utiliser. » (M8)*

Si c'est la plante qui est observée dans le premier extrait, ce sont un acteur et des pratiques qui le sont dans le second. Le maraîcher dit avoir observé, durant sa jeunesse, son père aller voir sur le terrain pour vérifier si l'oignon était suffisamment arrosé. Les observations passées ajoutées à celles plus récentes lui permettent de savoir quand et comment arroser et influencent ses pratiques d'irrigation. Le rôle donné à l'observation se manifeste par l'utilisation, à plusieurs reprises, du verbe « voir », à des modes et à des temps variés : infinitif, participe, présent et imparfait de l'indicatif. La première personne du singulier et la référence à des lieux dans les expressions (« je mets en *place* », « suis sur le terrain ») montrent qu'il aborde la production d'oignons de son propre point de vue qui se caractérise par sa dimension située.

À la fin de l'extrait, l'enquêté affirme qu'il est possible de s'appuyer sur un hygromètre pour surveiller et contrôler l'arrosage de l'oignon. L'observation de l'irrigation est, pour ainsi dire, déléguée à un outil. Cette délégation est, cependant, rare dans la mesure où l'instrument n'a jamais été « vu » chez des pairs : l'observation demeure ainsi la prérogative du maraîcher.

Ces deux acteurs se basent sur des perceptions visuelles et sur des observations faites au fil des années pour cultiver l'oignon, de telle sorte que la culture de l'oignon revêt une signification sensible.

### **3.1.3.2 Des observations pour témoigner du changement climatique**

L'importance de l'observation se manifeste, plus spécifiquement, dans l'approche qu'ont les producteurs du changement climatique. Alors que le phénomène est de plus en plus médiatisé et fait l'objet d'une « représentation sociale » (Michel-Guillou, 2014 ; Michel-

Guillou *et al.*, 2017), il demeure appréhendé par des perceptions et des observations empiriques.

*« Avec le changement climatique, le plus gros problème pour nous, souvent, pas cette année mais, l'an dernier, nous avons eu un printemps très sec. Avril et Mai sont très secs. Ce n'est pas très facile pour le maraîchage. Parce que nous avons besoin de beaucoup d'eau. Il a très peu plu cette année, il y a beaucoup plus en général, dans les autres années. Nous avons de l'eau dans le sol, mais c'est déjà à peine suffisant [...] Nous avons remarqué ça. La pastèque avant, on ne pouvait pas en faire ici. Maintenant, on essaye de produire du soja. Oui, on a remarqué que les choses ont changé. » (C5)*

*« C'est-à-dire qu'il neige moins. Avant, le problème, il se posait pas. Je vois que, depuis plusieurs années, on a moins de neige. Le problème, c'est ça parce que, quand y a moins de neige, y a moins d'eau. L'eau, faut pas rêver. Parce que quand il pleut, l'eau, elle descend mais, quand il neige, tu récupères tout. Plus y a de neige, plus tu sais que tu auras de l'eau parce c'est une eau qui rentre et qui te ressort six mois après. Alors, la pluie, c'est bien mais le top, c'est la neige. » (M4)*

Cette responsable d'une station expérimentale à Bamberg et ce maraîcher installé aux abords de Perpignan notent tous deux des évolutions climatiques qui modifient les cycles habituellement observés. Tandis que le deuxième locuteur n'utilise pas le terme de « changement climatique » en tant que tel, la première enquêtée parle de changement climatique (*Klimawandel*) ou de « choses » (*Dinge*).

Leurs discours présentent des points communs. Le changement est appréhendé à partir d'observations empiriques comme le montre les verbes de perception : « on a remarqué », « je vois ». Ils font ensuite une « description des effets du changement du climat » (Michel-Guillou, 2014) sur leur environnement, sur leur activité et mettent en perspective leurs observations dans une comparaison « avant/après ». La première locutrice note la diminution des précipitations et du niveau des nappes phréatiques, l'aggravation des sécheresses. Le second locuteur note, lui, la baisse de l'enneigement qui perturbe le cycle de l'eau et, à terme, la disponibilité de la ressource en eau.

Décrire un changement implique une comparaison temporelle et la définition d'un référentiel qui reste ici relativement flou. La comparaison est, de ce fait, subjective et fondée sur le point



de vue du locuteur. Les cycles « habituels » sont décrits sous la forme de corrélations : « Plus y a de neige, plus tu sais que tu auras de l'eau parce c'est une eau qui rentre et qui te ressort six mois après ». La première locutrice envisage un écart par rapport à une situation normale, à ce qui se passe « souvent » et « dans les autres années ». Le second évalue cette différence par rapport à ce qui passait « avant ». Les transformations sont progressives et s'accroissent « depuis plusieurs années ». Deux valeurs du présent sont utilisées : un présent d'habitude pour décrire la situation normale et un présent de description pour les phénomènes récents qui constituent un « problème » aux yeux des deux locuteurs. Les phénomènes associés au changement climatique sont alors perçus comme conjoncturels, exceptionnels et anormaux. L'écart à la normale est accentué par des intensifs (« très »), des superlatifs (« le plus gros problème »), des tournures négatives et restrictives : « ce n'est pas très facile », « à peine plu », « c'est déjà à peine suffisant ».

Les changements climatiques ont des effets directs sur leurs activités et, en particulier, sur les pratiques d'irrigation et sur les cultures pratiquées. Ils créent un climat d'incertitude. Du fait de la diminution de l'enneigement, le maraîcher ignore s'il y aura suffisamment d'eau, l'été venu. L'acteur est, de ce fait, dépendant de phénomènes incertains que sont les pluies de printemps et est contraint d'adopter une approche à court terme. En outre, la disponibilité moindre de la ressource en eau implique une adaptation des pratiques d'irrigation qui est jugée difficile au vu des besoins en eau du maraîchage : « nous avons besoin de beaucoup d'eau ». Le panel de culture s'élargit : à Bamberg, la responsable de la station expérimentale indique mener des essais autour de la pastèque et le soja, ce qui n'aurait pas été possible avant. Au moment de la visite, la station expérimentait également la culture de gingembre et de curcuma sous abri froid. Le paradoxe est alors grand de voir ces plantes cultivées dans cette région au climat continental et aux hivers froids et longs. Le changement climatique se traduit ainsi par une évolution des plantes cultivées ou cultivables.

Ces deux extraits montrent en quoi le changement climatique est perçu à travers des observations empiriques. Les discours à propos du climat et du changement climatique soulignent le rôle de l'observation chez les acteurs. Observer les plantes, les parcelles, les pairs et les autres acteurs, le climat et le sol appartient au quotidien et influencent les pratiques déployées pour cultiver l'oignon. Dans ces conditions, l'association de la culture d'oignons à des observations empiriques montrent la signification sensible qu'elle revêt.

### **3.1.3.3 Cultiver des oignons : une question de « feeling » (M28)**

L'observation est d'autant plus centrale chez des producteurs qui affirment cultiver l'oignon suivant leur intuition, leur « feeling » (M28). Les pratiques déployées sont alors évolutives, non stabilisées : l'enjeu est moins de réduire l'incertitude que de composer avec elle.

À la question de savoir comment il arrose ses oignons, ce maraîcher installé dans les Pyrénées-Orientales depuis les années 1980 répond :

*« C'est au feeling, à l'expérience. Bon, après, notre métier faut ... c'est beaucoup de feeling et, puis, chacun est différent. Moi, j'ai une façon de faire. [...] Chacun a son... en fonction de la météo... Y a pas des règles bien définies pour savoir qu'est ce qu'il faut faire. Après, des cagades, on en fait. Il m'arrive d'en faire. Parce que ça arrive de mettre trop d'eau, pas assez d'eau. De louper quelque chose à un moment donné. De capter peut-être ... peut-être un peu trop tôt. De planter trop tard. » (M28)*

Pour ce maraîcher, l'irrigation, la culture d'oignons et le maraîchage dépendent d'un « feeling », d'une « expérience ». Il oppose sa pratique « à des règles bien définies ». Il ne suit pas, en quelque sorte, de mode d'emploi où les pratiques à réaliser sont déterminées à l'avance. L'agriculteur compose avec des aléas tels que « la météo », ce qui est souligné par l'adverbe « peut-être » répété deux fois dans l'extrait et par l'évocation de « cagades », une expression catalane pour désigner un échec, un ratage.

Ce feeling paraît décisif pour le maraîcher qui met en avant la précision et la minutie que l'arrosage des oignons implique. L'expérience se manifeste dans la capacité d'estimer le moment opportun d'irriguer, la quantité opportune d'eau à délivrer. Cette faculté de jugement est suggérée par l'opposition entre « un peu trop tôt » ou « trop tard », « trop d'eau, pas assez d'eau ». Cette faculté s'appuie sur des perceptions, des expérimentations, des observations passées qui ne sont pas retranscrites à l'écrit.

Dans ces conditions, les pratiques et l'expérience sont, d'après lui, individuelles et propres à chacun. Le locuteur insiste sur cette idée en la présentant comme une caractéristique-même de son métier. Cette montée en généralité est signalée par un présent de vérité générale et par les pronoms pluriel (« nous ») et indéfini (« chacun », « c'est ») : « notre métier faut ... c'est beaucoup de feeling et puis chacun est différent ». L'évocation de son cas personnel sert à illustrer sa position : il a son intuition et ses pratiques comme ses collègues ont les leurs. Par

cette place donnée au « feeling », à l'intuition, à l'expérimentation et à l'observation, la culture de l'oignon acquiert une forte signification sensible.

#### **3.1.3.4 Des pratiques pour limiter l'incertitude**

Des pratiques mises en place pour cultiver de l'oignon visent néanmoins à limiter l'incertitude, à réduire la part d'aléa et, parmi elles, figure, par exemple, l'installation de serres et d'abris.

*« [L'oignon,] c'est quelque chose que j'ai toujours fait sous abri. Bon, abri froid, sous tunnel. Donc, l'avantage, et qui n'est pas des moindres, c'est que je peux pallier et c'est bien là, le but des abris... je peux pallier à la météo. C'est-à-dire que s'il pleut beaucoup. Y a 3 ans, y a eu beaucoup beaucoup de pluie. Les cultures d'oignons en plein champ, ils ont eu beaucoup de problèmes de mildiou. Bon, ils se sont retrouvés à l'arrivée avec des oignons petits et moches. Tout pelés, forcément. Et moi, cette année-là, j'étais le seul à avoir des quantités avec un oignon irréprochable et j'ai fait ce que j'ai voulu entre guillemets. [...] J'avais personne en face qui pouvait me faire de la concurrence. Mais, c'est notre métier comme partout. C'est l'offre et la demande. » (M34)*

Ce maraîcher dispose de cinq hectares de terres intégralement sous abri. Le but premier de ces installations est de ne pas dépendre des aléas climatiques. Le lexique et les arguments montrent que cette indépendance à l'égard du climat n'a d'autre intérêt qu'économique : l'abri garantit un volume de production et l'« optimisation de rendements au m<sup>2</sup> » (M34), quel que soit le temps, ce qui permet au maraîcher d'espérer être le seul sur le marché en cas d'aléa climatique. Cultiver ses oignons sous abri répond, dans ces conditions, à des motivations économiques. Néanmoins, la suite de l'entretien suggère que sa motivation à échapper au déterminisme climatique sont aussi psychologiques.

*« Ça fait quasiment une vingtaine d'années que j'ai plus de plein champ. De planter des trucs en plein champ au petit bonheur la chance en priant pour pas qu'il y ait de coup de vent à 100 kilomètres heure, qu'il pleuve beaucoup, que ci, que ça... C'est déjà compliqué si, en plus, vous jetez une pièce et vous regardez sur quelle face elle va tomber. » (M34)*

L'enquête témoigne de l'inquiétude ressentie devant le caractère aléatoire du climat. La culture en plein champ est assimilée à un système qui rend l'agriculteur dépendant du climat sur lequel l'acteur n'a pas de prises. Les manifestations climatiques sont amplifiées dans le

discours : elles sont violentes (un « coup de vent à 100 km/h »), multiples et imprévisibles (« que ci, que ça »). La fatalité des événements est soulignée par les expressions se rapportant à la chance : « au petit bonheur la chance », « en priant » « vous jetez une pièce ». La culture sous abri permet, à l'inverse, au producteur d'avoir une marge de manœuvre et d'éviter un aléa de plus dans un métier « déjà compliqué ».

Une autre pratique mentionnée durant les entretiens et pouvant se lire comme une recherche de réduction de l'incertitude consiste en la retranscription à l'écrit des observations et des expérimentations. En permettant de consigner les observations et les expérimentations mises en place, la rédaction de notes est un moyen de stabiliser et de pérenniser les pratiques. Cette maraîchère rencontrée au printemps 2021 et gérant sa propre exploitation depuis 2017 au nord-est des Pyrénées-Orientales explique :

*« L'année prochaine, ce sera plus simple parce qu'on aura déjà les rotations de culture qui seront établies... fin, ce sera plus lisible. Là, on est en ... je tâtonne un peu sur : qu'est-ce qu'il faut comme oignon ? Qu'est-ce qu'il faut comme ceci ?... Moi, je me note tout et l'année prochaine, j'aurais déjà tout de noter. J'aurais plus qu'à appeler les fournisseurs et à leur dire : là, il me faut tant pour tant. Là, on est encore sur une période de tâtonnement énorme avec quelques essais que l'on fait. Et après, il y a toujours des choses qui fonctionnent jamais comme tu veux. » (M2)*

Installée depuis peu, suite à une reconversion professionnelle, l'enquêtée prend soin de noter le nom des fournisseurs, son itinéraire technique, les dates de semis, les quantités de graines et de plants à commander, les traitements à effectuer et les résultats de ses récoltes. Un contraste s'observe entre la situation présente associée au « tâtonnement », répété deux fois et à des questions (« qu'est-ce qu'il faut comme oignon ? ») ; et la situation espérée l'année suivante. La locutrice attend que ces notes lui simplifient la tâche et viennent clarifier son itinéraire technique. La note écrite est associée à une stabilisation de l'exploitation alors que leur absence oblige au « tâtonnement ». Ces notes ne font toutefois pas disparaître l'incertitude et l'aléa mais permettent de maîtriser les éléments sur lesquels elle a des prises.

Plusieurs maraîchers ont dit noter leurs observations et leurs remarques à propos de leur itinéraire technique et ce, sous une forme manuscrite, dans un carnet, ou informatique, dans un fichier texte ou dans un tableur Excel.

*Illustration 13 Tableau synthétique établi par un maraîcher pour organiser sa production d'oignons*

Oignon bronze D'Amposta				
Semis	02/03/2018		repicage	29/05/2018 3 ares
	2 raies de 40m		3 bandes paillage noir 80cmx55m	
	à 470graines/m		3 lignes / bande - 10/10cm	
cout	200g/ 52 euro			
Amendement	vegéthumbus		Orgaliz	
	100kg- 12/30		30-15/05	
NPK/Ha	126/N	46/P	147/K	
cout	33,5 euro		13 euro	
prix 2,60/kg				
chiffre d'affaire		2600 euros		
Charge		98,5 euro		

Ce maraîcher installé depuis 1980 prend chaque année des notes sur son itinéraire technique, ce qui lui permet aujourd'hui de savoir exactement les quantités de graines et d'engrais dont il a besoin. Ce « topo » (M20) construit au fil des années a permis de progressivement stabiliser ses pratiques culturales. Il s'apprête à transmettre son exploitation et, avec elle, ses notes. Il dit l'importance de ses documents pour ses repreneurs. Alors qu'eux avaient rencontré des difficultés à leur installation :

*« Là, ça va être différent parce qu'ils ont nos références. Ce que nous, on vend, ce qu'on fait. Donc, ils vont pouvoir démarrer plein pot mais, nous, on a mis plus de 10 ans avant de caler quelque chose. » (M20).*

L'écrit apparaît ainsi comme un moyen de réduire l'incertitude sans que l'existence de cette dernière soit niée pour autant. L'importance donnée à l'observation, à l'installation d'abris, à l'expérience, à la prise de notes écrites peuvent se comprendre au regard de l'incertitude dont témoignent les producteurs à l'égard de la culture d'oignons : elles manifestent, plus largement, la signification sensible donnée à cette culture.

### 3.1.4 Une culture fondée sur des sensations et des émotions

L'analyse des entretiens montre que la culture d'oignons suscite des émotions : le plaisir de reproduire une plante, la passion de comprendre les cycles végétaux et planétaires, la joie de la voir pousser ou, au contraire, la peur qu'elle ne pousse pas et soit victime de maladie. Cette dimension affective témoigne de la signification sensible accordée à la production d'oignons.

### **3.1.4.1 Faire la graine : entre plaisir et angoisse**

Les discours à propos de la production de graines traduisent les émotions que suscitent l'activité. Ces dernières sont alors éminemment ambivalentes, partagées entre plaisir et angoisse.

Bien qu'elle soit considérée comme une charge pour certains (cf. Chapitre 4, 2.3), la production de graines est très fréquemment associée à des émotions positives. Son évocation s'accompagne, dans cette perspective, du lexique de la passion et du plaisir, comme en témoigne les deux témoignages suivants.

*« Moi, ma méthode en fait, c'est de les semer dans des barquettes et après, on les a repiqués là. En fait, je les ai semés dans la maison, en janvier, j'y pense. Après, je les ai repiqués en barquette en février-mars et on les a plantés il y a une semaine. Sans passer par un producteur de plants. J'ai semé en plaques parce que j'avais trouvé que c'était bien. Après, je pense que c'est long. Il faut de la chaleur et j'ai essayé des fois de le faire ... en fait, la première année, ça avait été génial, je l'avais fait dans une grande serre comme ça, en janvier ou en décembre, quelque chose comme ça. Le semis, ça s'est fait autour de Noël. Ça avait super bien levé, j'avais mis des petites planches... j'avais mis un petit film plastique dessus et la température devait y être, ça avait bien levé. Mais les années suivantes, [mon mari] m'avait fait un petit tunnel de 3m de large et en fait, ça a pas beaucoup d'inertie, la chaleur monte vite dans la journée et descend très vite le soir. Donc, il y avait des variations de température au niveau du plant et ça avait raté. Donc, cette année, j'ai semé dans ma salle de séjour, y a une belle luminosité, une bonne température sauf que ça salit tout et ça prend de la place. Donc, quand même pour la période semis, je les fais chez moi. » (M11)*

Cette maraîchère installée dans les Pyrénées-Orientales explique comment elle produit de la graine et des plants d'oignons de Toulouges et témoigne du plaisir et de la satisfaction qu'elle ressent lorsqu'elle parvient aux résultats espérés.

Son exposé témoigne d'un ajustement continu des pratiques, d'expérimentations, d'essais. Les observations faites à propos de la température, des dates, de la luminosité, l'amène à modifier ces pratiques jusqu'à ce qu'elle en soit satisfaite. Les pratiques et les conditions thermiques sont évaluées au regard des résultats obtenus sur sa culture d'oignons de

Toulouges. Ainsi, le fait de déposer les barquettes dans un tunnel en plastique extérieur n'avaient pas eu les effets escomptés en raison des variations thermiques durant la journée : « ça avait raté ». À l'inverse, l'utilisation de barquettes, l'ajout d'un film plastique, la plantation lors des fêtes de fin d'année et de Noël et la pousse des plants à son domicile a eu des effets bien plus satisfaisants. Plus largement, l'évocation de la production de plants s'accompagne d'émotions et, notamment, de la joie et du plaisir. Cette émotion transparait lorsqu'elle expose en des termes mélioratifs ses pratiques et les résultats obtenus.

Illustration 14 Plants d'oignons de Toulouges



Cette émotion apparaît également chez cette responsable d'une association bambergéoise qui cultive des légumes pour en faire de la semence.

*« C'est aussi coûteux de faire des graines, je trouve. En fait, ce n'est pas simple, c'est plutôt difficile. C'est fatiguant et ça demande beaucoup de travail manuel. Pas d'énormes machines mais une petite centrifugeuse pour séparer les graines et donc, c'est génial. Et la vie aussi. Tu arrives là. Tu t'assois et les plantes sont là. Et ensuite, tu peux préparer une soupe végétarienne. [...] Oui, pour moi, c'est le plus important, ces échanges. Je connais aussi une famille : ils m'ont donné une variété de salades que je ne connaissais pas encore et donc, ça, je trouve ça beau. J'aime ça. Ça me plaît. » (SC3)*

L'interrogée reconnaît les difficultés inhérentes à la production de graines : le coût, le travail manuel et la nécessité d'avoir des éléments théoriques. Cependant, ses difficultés ne sont pas des freins mais, paradoxalement, une des motivations à poursuivre l'activité. Quelques mots séparent « c'est fatiguant » de « c'est génial », révélant un retournement des représentations à propos de la production de graines. Dès lors, l'expérimentation de variétés, les échanges entre sympathisants de l'association, le caractère vivant des plantes, la compréhension des pratiques de multiplication et de la nécessité de ne pas multiplier à proximité deux variétés d'une espèce allogame<sup>96</sup>, le caractère manuel de cette tâche, est vecteur de plaisir et de représentations positives.

Elle apprécie cultiver certaines variétés, notamment quand celles-ci poussent bien et serait curieuse d'en expérimenter de nouvelles telles que l'oignon de Lää d'Autriche et l'oignon de Roscoff.

*« J'aimerais bien aussi faire une autre variété. Le Laaer Zwiebel (oignon de Lää) d'Autriche. J'aimerais bien le produire. Je ne sais pas comment je pourrais en avoir. C'est très divertissant. » (SC3)*

La visite du jardin qui suit l'entretien est l'occasion de présenter les plantes cultivées par l'association et de témoigner du plaisir tiré de cette activité, de la contemplation de certaines plantes et d'avoir su perfectionner ses pratiques au fil des expériences.

*« Ça c'est de la scarole qui a déjà fleuri. Je ne savais pas que ça fleurissait comme ça. Tu en as déjà vu ? C'est génial, c'est merveilleux. C'est tout dur. Et là, c'est l'ail, c'est l'ail de Bamberg. Ils sont plus petits et doux. Mais ils ne grandissent pas si bien. C'est aussi de la salade ici, je la trouve vraiment belle. C'est une forme d'épinard mais je trouve ça si... J'adore [en français] [rires]. » (SC3)*

La présence de rires et d'un vocabulaire hyperbolique et mélioratif mettent en avant l'attrait pour l'expérimentation de nouvelles variétés et la passion liée à la culture de légumes et à la production de graines.

Outre la joie, la production de graines suscite de la curiosité et de l'angoisse.

---

<sup>96</sup> Une plante allogame ne s'auto-féconde pas ou très rarement. La fécondation s'opère après que du pollen d'une autre fleur soit apporté par le vent ou par des insectes jusqu'au pistil de la fleur. De ce fait, il peut y avoir des croisements entre variétés.



*« L'angoisse. C'est vrai, p'tête, c'est idiot parce que peut-être qu'on le ferait bien parce que ça doit être passionnant. » (M19)*

Dans cet entretien, cette maraîchère qui ne produit pas ses propres graines de légumes associe cette activité à de l'angoisse du fait des compétences nécessaires et de l'aléa qu'elle crée. Pour autant, elle pressent que la production de graines est « passionnante ». Dans la suite de l'entretien, la locutrice reconnaît : une fois à la retraite, faire des graines, « ça me plairait bien. Ça, j'aimerais bien, ça me... j'fais ça pour les fleurs et ça m'plairait pour les médicinales. Et ça m'plairait » (M19).

La production de graines suscite donc des émotions contradictoires, oscillant entre curiosité, joie et angoisse.

#### **3.1.4.2 Cultiver l'oignon : de la joie à l'ennui**

Au-delà de la production de graines, la production d'oignons s'accompagne d'émotions, comme le montrent ces deux témoignages. Le premier est celui d'une maraîchère bio des Pyrénées-Orientales qui évoque la plantation d'oignons et perçoit ce moment comme fastidieux et synonyme d'ennui :

*« Les plantations, c'est chiant. Surtout quand tu le démaries pour avoir des gros oignons, c'est long, c'est vraiment long à planter. Quand tu les plantes, en fait, on les reçoit de chez [un pépiniériste espagnol] en p'tites mottes. Et dans la p'tite motte, t'en a déjà 4-5. Tu défais tout et tu plantes un par un. Et donc, juste une plaque, ça représente mille oignons. Et c'est long, c'est assez long. En bulbilles quand ils sont en p'tit bulbe, c'est facile, ça va vite. Mais quand c'est des p'tits, des tout p'tits trucs, tu vois, on dirait un p'tit brin d'herbe, donc, c'est quand même assez long. Faut pas l'enterrer parce que voilà. Donc, c'est un peu fastidieux à planter. » (M24)*

La maraîchère reçoit ses plants dans des caisses séparées en mottes. Dans ces caisses, les oignons sont très proches les uns des autres. Lors de la plantation, ils sont séparés puis mis en terre. La plantation suppose, de ce fait, de la minutie et de la patience comme le montre la description des étapes de plantation et l'insistance sur le temps nécessaire – le mot « long » est répété quatre fois dans l'extrait –, sur le grand nombre de plants et sur leur petite taille – avec la répétition de la variante familière et raccourcie de petit : « p'tit ». Cela rend ce travail pénible ou, pour reprendre ses termes, « chiant » et « un peu fastidieux ». Pour le souligner,

elle oppose la plantation de plants à celle de bulbilles qui sont d'après elle plus aisés et rapides à planter. Par la minutie nécessaire, la longueur et le caractère répétitif de la tâche, l'émotion qui ressort de plantation de plants est l'ennui. La culture de l'oignon est cependant aussi associée à des émotions plus positives et notamment à de la joie.

*« C'est pour ça que j'les fais sous la serre, moi. J'ai pas beaucoup de serres mais cette année, les semis d'oignons, j'ai fait sous la serre, magnifiques. J'en ai trop [rires]. » (M23)*

*« [De l'oignon de Toulouges] j'en fais dans la montagne [sur des parcelles situées à 1000m d'altitude]. Quand plus personne en a, je le sors et il est dix fois meilleur ! Là-bas, c'est une tuerie. » (M4)*

Ces deux maraîchers installés dans les Pyrénées-Orientales ressentent de la gaieté à la vue de leurs oignons. Le premier explique avoir planté ses graines d'oignons sous serre et non en plein champ afin d'éviter l'enherbement et la fonte de semis, une maladie liée à la pousse de champignons pathogènes après la levée des graines. Les plants obtenus sont alors qualifiés de « magnifiques » : cette hyperbole met en avant le caractère esthétique du plant. Il estime en riant avoir même trop de plants. C'est ainsi l'aspect extérieur des plants et leur nombre qui font la joie du maraîcher et qui semblent la promesse d'une récolte favorable à venir. Cela confirme l'importance des perceptions visuelles dans la culture de l'oignon. Ici, ces perceptions sont le support d'une émotion positive.

Le témoignage du second maraîcher ouvre sur une analyse similaire. Ce maraîcher cultive des oignons de Toulouges en montagne et cette localisation conduit à la récolte d'oignons au goût jugé exceptionnel et dont la récolte dure jusqu'à octobre. Cela lui permet de se distinguer de ses pairs situés plus bas en altitude et dont la récolte cesse généralement en septembre. Si le premier locuteur tire de la joie de l'aspect extérieur de ses plants, le second se réjouit de leur date de récolte et de leur goût : le sens mobilisé est la vue et le goût. Cette joie se manifeste par la comparaison hyperbolique « il est dix fois meilleur » et par la qualification de sa récolte comme d'une « tuerie ». Ce terme au sens propre désigne un carnage et aussi, dans le registre familier, ce qui est jugé exceptionnel et magnifique.

Ces extraits montrent, en définitive, les émotions contradictoires que suscitent la culture de l'oignon : entre ennui et joie, désarroi et gaieté. Les émotions attachées à la culture de l'oignon se manifeste, *a fortiori*, lorsque l'oignon est personnifié.

### **3.1.4.3 Une culture personnifiée**

Dans de nombreux discours, l'oignon est évoqué tel un être vivant doté d'une sensibilité de sentiments et cette représentation influe sur les pratiques. Les discours précédents illustrent cette personnification et l'échange entre ce maraîcher récemment installé dans les Pyrénées-Orientales et cette pépiniériste « plus expérimentée » à propos de la plantation des oignons en est représentatif :

*« A : Il faut les tenir et, en plus, c'qu'est le plus dur, c'est que ton semis d'oignons, dehors, c'est la période où tu peux avoir une p'tite pluie. Ils aiment pas la flotte. Est-ce que tu penses que j'dois les repiquer une autre fois ?*

*B : De toute façon, ils aiment bien être repiqués.*

*A : C'est ce que me disait [X, un autre maraîcher], ils aiment bien être repiqués. Donc, moi, j'lai p'têtre fait dans une couche trop fine, ajourée, ils peuvent passer les racines. » (M13)*

A, un maraîcher installé en 2018, relate son expérience à B, une pépiniériste exerçant depuis plus longtemps et produisant des plants d'oignons. Il a semé des oignons dans barquettes en plastique, les a installés à l'extérieur puis les a repiqués pour obtenir des plants. Faisant face à des difficultés avec l'humidité et à une pousse jugée insuffisante, il demande son avis à la pépiniériste : doit-il faire du repiquage lorsqu'ils sont dans ces barquettes de semis ou peut-il les laisser à l'intérieur ? Or, dans ce dialogue, les oignons sont personnifiés : ils « aiment » l'eau et le repiquage. Une capacité de croissance et d'action leur est reconnue et notamment, la capacité de « passer les racines » à travers la terre. Le maraîcher se dit alors chargé de les contrôler : « il faut les tenir ».

Cette partie visait à analyser la signification sensible accordée à la culture de l'oignon. Elle se manifeste par l'incertitude ressentie par les maraîchers à l'égard, notamment, des oignons et du climat. Cette incertitude les oblige à être attentifs à leurs cultures et à leurs parcelles, à modifier leurs pratiques en fonction de ce qu'ils observent, à expérimenter, à « tâtonner », à ressentir des émotions lorsqu'ils cultivent ce produit. L'ensemble de ces éléments amènent les acteurs à nouer une relation sensible à leur production. Autrement dit, la place donnée à l'incertitude, aux perceptions visuelles, à l'observation, aux sensations et aux émotions dans les discours montre que cultiver de l'oignon a une signification sensible.

Or, sous cet angle, la production d'oignons paraît se jouer uniquement entre le maraîcher et ses plantes. La production est toutefois indissociable d'interactions sociales, en particulier, au sein de la sphère professionnelle et familiale et dont témoignent les discours des enquêtés. La partie suivante met ainsi en évidence la signification sociale que revêt la production d'oignon en analysant les modalités d'apprentissage et de transmission des pratiques culturelles.

### **3.2 APPRENDRE ET TRANSMETTRE : LA SIGNIFICATION SOCIALE DE LA CULTURE D'OIGNONS**

Dans quelle mesure la signification accordée à la production d'oignons peut-elle être qualifiée de sociale ? Cette partie vise à répondre à cette question en montrant que les interactions sociales sont clés pour comprendre les pratiques déployées par les acteurs (Maïzi & Bouche, 2011) et, plus largement, leur rapport à la culture d'oignons. Les échanges avec les pairs et avec d'autres acteurs sont des moments privilégiés pour demander des conseils, découvrir des pratiques, avoir des retours d'expériences et avoir un lien social.

Cette partie analyse la signification sociale de la culture d'oignons telle qu'elle a été définie par une revue de la littérature sur la méthode compréhensive menée en parallèle de l'analyse des entretiens. Une signification est ainsi qualifiée de sociale si elle dépend de la trajectoire socio-professionnelle de l'acteur, d'interactions avec d'autres acteurs et qu'elle est associée à des normes sociales.

Pour analyser cette signification sociale, je m'intéresserai à la manière dont sont décrits l'apprentissage et la transmission de pratiques culturelles dans les discours. Je montrerai que ces pratiques ont une dimension normative et se fondent sur des interactions interpersonnelles, notamment au sein de la sphère professionnelle et familiale.

#### **3.2.1 La transmission des savoirs entre pairs**

Les échanges au sein de la profession sont un moyen de partager ses pratiques culturelles et d'en découvrir de nouvelles. Les pratiques des pairs sont évaluées et, si elles sont jugées intéressantes, le maraîcher s'en inspire et, potentiellement, les adopte. J'illustrerai cette affirmation par deux extraits d'entretiens avec des maraîchers.

*« Je fais ma plantation aux mois de février-mars. Bon, y en a souvent qui sont choqués parce qu'ils trouvent que le mois de février, c'est trop tôt mais, n'empêche que j'arrive à avoir une culture propre avec un bon rendement. » (M8)*

Ce maraîcher installé dans les Pyrénées-Orientales indique que planter ses oignons de Toulouges en février suscite un fort étonnement chez ses collègues pour qui cela « est trop tôt ». Cela signifie qu'il échange avec ses collègues sur les pratiques culturales et que ces derniers évaluent ses pratiques. Cette évaluation par ses pairs ne conduit, néanmoins, pas à un changement de pratiques. Estimant « avoir une culture propre avec un bon rendement », il continue à planter en février. Il évalue donc sa propre pratique suivant le résultat obtenu habituellement : le présent a une valeur de répétition dans le sens où il « arrive » à avoir des résultats satisfaisants généralement. Les deux critères sont sensibles et économiques : le rendement et l'aspect extérieur. Son évaluation prime donc sur celle de ses pairs. Les pairs s'expriment, pour ainsi dire, une à titre consultatif mais n'ont pas de pouvoir de décision sur ses pratiques. Cependant, du fait qu'il la cite, il accorde une importance à l'évaluation faite par ces pairs.

Une autre maraîchère en AB indique utiliser le Prestop, un fongicide biologique à base de champignons lors de la plantation de ses oignons après avoir été conseillée par un pépiniériste en conventionnel.

*« Normalement, on leur fait un Prestop à la plantation. C'est une molécule, c'est une bactérie qu'on met sur ...en fait, c'est une levure comme pour le pain. Qu'on va mélanger à chaud, enfin tiède, et qu'on laisse infuser une demi-heure et, après, qu'on met dans de l'eau et qu'on passe au pulvé[risateur]. On le fait toujours avant plantation. Ça évite... attends, je l'ai noté parce que moi, l'oignon, c'est pas mon domaine... c'est pour ... c'est pour... je sais que c'est un champignon, une maladie. C'est Fonquerny qui me l'avait dit parce que, en fait, c'est un copain à une amie à nous et qui nous a dit que c'est mieux de faire ça. C'est des p'tits conseils entre agriculteurs. » (M2)*

Elle prend le temps de décrire le principe de ce traitement et son application. L'adverbe « normalement », le présent à valeur d'habitude et le pronom « on » qui désigne elle et son mari suggèrent l'appropriation de ces pratiques. Elle reconnaît néanmoins ne pas en avoir une connaissance précise et se réfère à des notes écrites pour l'utiliser et pour me l'expliquer.

Cette pratique trouve son origine dans les interactions sociales de l'enquêtée et, en l'occurrence, avec un pépiniériste qui lui a donné ce conseil : les relations professionnelles se doublent, dans cette perspective, de relations interpersonnelles et amicales. Il s'agit, pour elle, de « p'tits conseils entre agriculteurs » : cette expression paraît consacrée et désigner une pratique structurante dans la sphère agricole. Le fait que le pépiniériste soit en conventionnel tandis qu'elle est en AB montre que ce partage de pratiques entre pairs dépasse le clivage bio/conventionnel.

A Bamberg, des échanges sur les pratiques entre maraîchers ont aussi été mentionnés. Un maraîcher dit avoir conseillé son voisin sur l'approvisionnement et la commercialisation de la BBZ<sup>97</sup>. Ils achètent désormais leurs graines et leurs plants auprès des mêmes entreprises. Il dit, en outre, échanger fréquemment avec un maraîcher avec qui il a fait sa formation agricole sur leur niveau de production et leurs difficultés en vue de s'apporter une aide mutuelle.

Les pairs évoqués ne sont pas tous proches géographiquement de l'interrogé. D'autres pairs inspirent des maraîchers sans qu'ils soient situés dans les Pyrénées-Orientales ou autour de Bamberg et sans qu'ils soient en relation directe avec eux. La relation peut être médiée par des livres ou par Internet. Un des rares livres évoqués dans les entretiens est celui de Jean-Marie Fortier, un maraîcher québécois qui propose une méthode de maraîchage en petites surfaces : quatre maraîchers en AB s'y réfèrent et le considèrent comme une source d'apprentissage clé. Pour approfondir l'apprentissage, deux d'entre eux indiquent avoir suivi des formations sur ce modèle de maraîchage.

Plus encore que les livres, Internet est apparu comme un support de savoir et d'échanges entre maraîchers. Un maraîcher installé en 2019 dans les Pyrénées-Orientales et pratiquant la permaculture dit avoir beaucoup appris sur Internet, sur des forums ou sur des blogs : « J'connais pas la permaculture. Après, petit à petit, en faisant des recherches. Après, Internet, ça a facilité les choses aussi. Donc, je suis allé vers la permaculture » (M9). Il a pu entrer en relation avec des agriculteurs en Bretagne et avoir des retours sur leurs expériences. L'accès via Internet à des ressources et à des pairs sont l'une des raisons qui l'a amené à s'orienter vers la permaculture. Cela corrobore l'analyse de Compagnone et Pribetich d'après qui, Internet est « une source d'information essentielle, mais aussi un moyen d'échanger entre

---

<sup>97</sup> Entretien M36

pairs sur les pratiques culturelles et sur les problèmes rencontrés » (Compagnone & Pribetich, 2017).

Le rôle des interactions avec des maraîchers pour découvrir des pratiques culturelles est reconnu par les acteurs non agricoles. À Bamberg, une responsable associative en charge du jardin botanique *Sortengarten* explique avoir échangé à de nombreuses reprises avec deux maraîchers pour apprendre à produire des graines de *Bamberger birnenförmige Zwiebel*, se perfectionner et remédier aux problèmes auxquelles elle était confrontée<sup>98</sup>. Les maraîchers constituent ainsi des personnes-ressources notamment pour les acteurs associatifs produisant des oignons. L'importance de ces discussions suggèrent que la production d'oignons a, pour elle, une dimension sociale.

Ces exemples témoignent d'une forte signification sociale accordée aux pratiques culturelles. Les enquêtés font très régulièrement référence à leurs pairs et aux relations nouées avec eux. Ces interactions participent à l'échange de conseils, à l'évaluation mutuelle des pratiques, à une identité professionnelle et à l'émergence d'interconnaissances et de relations extra-professionnelles. Ces échanges sont des moments privilégiés d'apprentissage, notamment pour les maraîchers plus récemment installés. Ils interviennent de manière informelle ou lors de la formation au BPREA en lycée agricole, en école professionnelle en Allemagne et en stages.

### **3.2.2 Une affaire de famille**

Chez les maraîchers nés de parents agriculteurs et reprenant une exploitation familiale, la sphère familiale joue aussi un rôle significatif dans la transmission et l'appropriation de pratiques. Leur évocation dans les discours témoigne alors du sens social prêté aux pratiques culturelles autour de l'oignon.

La plupart des maraîchers ayant repris l'exploitation de leurs parents indiquent cultiver de l'oignon de Toulouges ou de la BBZ car leurs parents en faisaient. Ces derniers leurs ont donné des conseils qu'ils utilisent encore aujourd'hui.

*« Pour l'oignon de Bamberg, c'est aussi transmis par la famille. [...] Et les variétés anciennes ne sont pas si faciles, elles ne sont pas si faciles à cultiver. » (M39)*

---

<sup>98</sup> Entretien SC3

« Ça, ça se transmet de ...avec les parents, ma sœur qui le savait. On le sait quand on plante, c'est comme les arbres, on sait qu'on plante en février, là, c'est pareil. »  
(M30)

Le premier maraîcher a repris l'exploitation de ses parents située à Bamberg et continue de travailler avec eux. Ce sont ses parents qui lui ont fait connaître la BBZ et les autres écotypes bambergeois et qui lui ont appris à les cultiver. Le fait qu'il précise qu'« elles ne sont pas si faciles à cultiver » suggère que cela implique des pratiques spécifiques et que la transmission de ces dernières par ses parents est décisive pour réussir ces cultures. Le rôle de la sphère familiale dans la transmission de pratiques apparaît à un autre moment de l'entretien quand le maraîcher explique conserver ses oignons dans l'ancienne grange de la ferme familiale au cœur de la *Gärtnerstadt* car ses parents le faisaient et que les résultats ont toujours été jugés satisfaisants.

La deuxième locutrice est interrogée sur l'origine de ses techniques pour cultiver l'oignon de Toulouges. Fille d'agriculteur, cette maraîchère s'est « mise tard à la ... à l'agriculture. Avant, [elle] étai[t] dans le commerce » (M30). Il y a trente ans, elle reprend, avec sa sœur, l'exploitation de ses parents qui produisait déjà depuis plus de quarante ans de l'oignon de Toulouges. Elle estime avoir toujours vu ses parents faire de l'oignon de Toulouges et ce sont leurs pratiques qu'elle reprend aujourd'hui, en particulier, lors de la plantation. Telles qu'elles sont présentées, ces pratiques semblent des savoirs tacites qui ne sont pas interrogés. Cet aspect se manifeste par la répétition du verbe « savoir » et par l'emploi des pronoms définis « le » et démonstratif « ça » pour désigner les pratiques culturelles sues. Par ces pronoms, les savoirs en question conservent un certain flou : est seulement explicité l'exemple de la plantation des plants d'oignons en février. Leur caractère tacite et non conscientisé se manifeste par les hésitations de la locutrice, les reformulations et l'utilisation de comparaisons pour illustrer son propos et l'explicitier. La transmission s'opère, en quelque sorte, sans que les principaux intéressés ne s'en rendent compte. L'entretien verbalise, dans ces conditions, une transmission qui allait jusque-là de soi.

La famille véhicule, par conséquent, un ensemble de pratiques, de représentations qui s'apparentent à des normes explicites ou tacites et qui sont inculqués à l'acteur durant sa socialisation. L'acteur est amené à se positionner, explicitement ou non, dans la continuité ou en rupture avec ces normes familiales.



Ce pépiniériste qui produit du plant d'oignons de Toulouges témoigne d'un écart par rapport à une pratique mise en place par son père et souligne le caractère tardif de sa remise en question. Interroger la pertinence de la pratique et opérer un retour réflexif l'ont, cependant, amené à rompre avec cette norme familiale.

*« Un exemple bête. Mon père quand il semait, lui, il tassait. Comme quand on va faire une pelouse, on sème, on tasse. Je sais même pas pourquoi on tasse d'ailleurs. Mais donc, je faisais pareil, je tassais. J'enlevais les cailloux, ça faisait un gros travail. Parce qu'il y a beaucoup de cailloux ici et bon, c'est quand même assez crevant. Et en fait, la germination, c'était pas top ; et donc, l'année dernière, je lui ai dit [à sa femme], tu sais quoi, on va pas s'e\*\*\*\*\*, on va passer au motoculteur. On va juste un peu étaler la terre, les cailloux, les mottes de terres, j'ai planté et j'ai tassé absolument rien et, en fait, la germination, elle a été extraordinaire et, du coup, cette année, j'ai fait pareil alors qu'avant, on avait vraiment des endroits qui germaient pas [...]. Et voilà, c'est un truc. Et en fait, oui, c'est des habitudes des anciens. » (P7)*

La pratique en question consiste à tasser la terre au moment de la plantation. Le locuteur insiste sur la reproduction automatique de cette tâche et sur l'absence de remise en question : il en ignore le principe mais reprend à l'identique cette pratique. La conjonction de coordination « donc » montre le lien de cause à effet entre l'observation de la pratique chez son père et sa reprise par lui. L'imparfait signale l'habitude qui s'était créée. Bien que notant ses inconvénients, la charge de travail qu'elle implique et ses résultats jugés peu satisfaisants, la pratique est reproduite pendant plus de vingt ans, jusqu'en 2021 où il décide de ne pas tasser la terre. Le récit de la scène où il expose à sa femme son idée au moment-même de planter les graines donne l'impression d'une décision soudaine, sans réflexion préalable. Il décrit ainsi cette première expérience en employant le passé composé. Ce temps qui exprime une action passée et achevée contraste avec l'imparfait précédemment employé : la nouvelle pratique n'est pas encore une habitude mais plutôt une expérience. Or, les résultats le surprennent et sont très positifs. La germination est qualifiée par une hyperbole, comme étant « extraordinaire » et la locution « en fait » suggère l'étonnement du locuteur : la réalité s'est avérée étonnamment meilleure par rapport à ses attentes. Cela le conduit à renouveler la pratique l'année suivante. La dernière phrase de l'extrait apparaît comme un retour réflexif, une analyse se voulant plus générale, comme le suggère l'emploi du présent. La pratique

relève d' « un truc », « des habitudes des anciens », ce qui pourrait expliquer implicitement sa non-interrogation.

Cet extrait montre la place occupée par la famille : une instance de socialisation véhiculant des pratiques qui ne sont pas réinterrogées et qui font, dès lors, figures de normes. L'absence de remise en question rend d'autant moins évident un écart à la norme et une modification des pratiques. Un changement peut alors être déclenché suite à des échanges avec d'autres agriculteurs ou soudainement, sans raison apparente.

Le poids de la sphère familiale sur les deux terrains d'étude s'explique, en partie, par les deux bassins maraîchers qui se caractérisent historiquement par des exploitations familiales et des phénomènes de reproduction sociale, d'endogamie et une identité professionnelle sentiments d'appartenance à un groupe (Delpech, 1997 ; Peyrière *et al.*, 1938 ; Keech & Redepenning, 2020). Peyrière et ses coauteurs notaient « l'esprit de solidarité qui anime cette catégorie d'agriculteurs. Les liens étroits que nous sommes heureux de constater sur le plan professionnel n'en sont pas moins puissants dans les relations de famille. Les jardiniers aiment à se réunir, à se retrouver pour leurs distractions et leurs fêtes de famille. [...] Les unions entre les familles des jardiniers sont très fréquentes. » (Peyrière *et al.*, 1938 : 225). L'endogamie, les initiatives collectives, le sentiment d'appartenance à un corps de métier et les processus de reproduction sociale soulignaient le rôle conféré à la famille. À Bamberg aussi, la famille joue du fait de la prévalence d'exploitations familiales, de la rareté des nouvelles installations<sup>99</sup> et de la notoriété des noms de familles de maraîchers tels que Bürgis, Neubauer, Eichfelder (cf. Chapitre 3, 2.2.1.12).

La sphère familiale joue, en définitive, un rôle clé dans la transmission de pratiques culturelles qui revêtent de fait un sens social.

Si l'accent est mis jusque-là sur des acteurs agricoles, certes centraux dans la production d'oignons, cela passe sous silence l'influence d'acteurs scientifiques et techniques et, en particulier, de fournisseurs d'intrants, de conseillers techniques, de responsables de stations expérimentales et de chercheurs. Dans cette perspective, seront analysés à la fois les discours tenus par ces acteurs et ceux tenus à leur sujet. Le but est double : voir, d'une part, s'ils

---

<sup>99</sup> Entretiens M36, M39, M40

confèrent une signification sociale à la culture de l'oignon et, d'autre part, s'ils sont mentionnés dans les discours des autres acteurs.

### **3.2.3 Les liens au conseil technique et à la recherche appliquée**

L'analyse des entretiens montre que les acteurs scientifiques et techniques et leurs actions sont inégalement mentionnés dans les discours des autres acteurs. Dans les Pyrénées-Orientales, la Chambre d'Agriculture et le CIVAM Bio 66 sont les instances les plus citées. Cependant, seule une maraîchère y fait référence à propos de la culture d'oignons. Elle évoque alors des fiches pratiques éditées par la Chambre d'Agriculture sur l'oignon et dit y recourir pour cultiver l'oignon de Toulouges. Dans la région de Bamberg, les acteurs techniques et scientifiques sont également peu cités dans les entretiens. La LWG, l'équivalent de la Chambre d'Agriculture en Allemagne, n'est citée que par deux maraîchers : l'un est implanté à quelques dizaines de mètres de la structure et l'autre a suivi des formations organisées par cette dernière.

Le lien avec la recherche et les stations expérimentales apparaît d'autant plus distendu. Interrogés sur leurs liens avec la recherche et les stations expérimentales, les maraîchers les mentionnent très rarement : aucun à Bamberg et un seul dans les Pyrénées-Orientales.

Les fournisseurs d'intrants sont davantage cités. Un maraîcher bambergeois explique :

*« Pour l'oignon et les autres cultures, on utilise de l'engrais azoté et je crois que les oignons ont besoin d'à peu près cent kilos d'engrais azoté par hectare. Et c'est de l'ingénieure qu'on reçoit un mail chaque semaine nous disant ce qu'on peut mettre, ce qui est permis. C'est chaque année un peu différent. » (M36)*

La relation avec l'entreprise n'est pas directe et est médiée par un mail. L'interaction est régulière, hebdomadaire et décisive car elle permet à l'acteur d'obtenir les dosages en engrais azoté qui varient en permanence. Aussi, l'emploi d'un pronom défini pour désigner « l'ingénieure » suggère-t-il une interconnaissance.

Dans les Pyrénées-Orientales, un fournisseur d'intrants agricoles était cité comme étant une personne-ressource sur le maraîchage et la production d'oignon de Toulouges<sup>100</sup> du fait de sa présence ancienne sur le territoire et de ses relations avec les agriculteurs. Les maraîchers

---

<sup>100</sup> Entretiens M11, M29, M31

qui le mentionnaient m'incitaient à le rencontrer durant mon enquête. À côté de ces deux exemples, les acteurs techniques et scientifiques sont peu mentionnés par les maraîchers. À l'inverse, ces acteurs agricoles et scientifiques font-ils mention d'interactions avec les producteurs d'oignons ? Et quelle place estiment-ils avoir dans la production ?

Les acteurs scientifiques et techniques rencontrés estiment avoir un rôle réduit dans la production d'oignons. Lorsqu'ils sont questionnés sur d'éventuels essais à propos de l'oignon, ils insistent sur leur faible nombre et ajoutent qu'ils disposent de peu de ressources à ce sujet. Les représentants des stations gérées par la LWG, le CIVAM Bio et l'INRAE font état d'essais mais insistent sur leur caractère éminemment ponctuel. Une représentante du CIVAM Bio 66 indique qu'au niveau des d'essais, l'oignon, « c'était pas l'espèce principale, y a eu des essais là-dessus » (C1). La représentante de la LWG signale que des essais variétaux sur l'oignon ont existé : « Oui mais ça remonte déjà à longtemps » (C5).

Quand bien même ces essais sont ponctuels, ont-ils une signification sociale ? Autrement dit, leur description dans les discours souligne-t-elle des interactions entre acteurs ? La réponse à ces questions est nuancée. La présentation des expérimentations par les enquêtés ne souligne pas nécessairement d'interactions avec d'autres acteurs. De telles interactions apparaissent dans le discours de ce représentant de la Chambre d'Agriculture à propos de l'essai mené avec des oignons de Toulouges. Le but était de voir si la culture d'oignons jeunes limitait l'apparition de nématodes, des vers ronds connus pour attaquer les légumes.

*« Ça a plutôt été fait à Biophyto, le site appartient au CIVAM Bio mais, en tout cas, dans le domaine de l'expérimentation, on avait reparlé de l'oignon de Toulouges et y avait des gros gros producteurs, du jardin de St-Jacques notamment qui avaient ces oignons rouges dans leur rotation pour voir justement s'il y avait un effet nématode. » (C4)*

Le locuteur, même s'il n'a pas participé à l'essai, en a connaissance. Il décrit son déroulement et les acteurs impliqués que sont le CIVAM bio et des « gros gros producteurs, du jardin de St-Jacques »<sup>101</sup>. Cet essai revêt un sens social du fait des interactions auquel il a donné lieu. Cela contraste avec les propos de cette responsable de la LWG qui évoque des essais menés

---

<sup>101</sup> Le jardin de St-Jacques est un quartier à proximité du Perpignan qui accueille depuis le XIVE siècle des parcelles maraîchères.

avec des oignons autour du paillage végétal, de l'association à des plantes couvrantes et de la résistance à des maladies.

*« Nous avons fait des essais sur des bulbes d'oignons. Nous avons développé la méthode « Pflanzt ». Ça consiste à mettre des matériaux, à déposer 6 ou 5 semences de blé. Et de planter ensuite les oignons. Ça a beaucoup d'avantages pour la production bio parce qu'il n'y a pas de mauvaises herbes. Parce que le développement des jeunes pousses est très lent, sur le champ. Elles se développent très très lentement. Et ce qui est compliqué, ce sont les mauvaises herbes et de maintenir un contrôle. Donc, quand on plante de l'oignon, on peut aussi insérer des salades. C'est pour des petits et moyens producteurs que nous faisons ça. Nous avons travaillé dessus il y a trois ans. Nous avons fait aussi des essais de variétés pour tester leur résistance à une maladie. » (C5)*

Le discours consiste davantage à décrire l'expérience, son objectif, le problème auquel elle tâchait de remédier, le protocole suivi et les résultats. Le fait que les sujets des phrases soient les équipes de la LWG et soient désignées par les pronoms « nous » et « on » suggère que la structure est, seule, impliquée dans l'essai. Tout paraît mené en interne. Les autres acteurs mentionnés sont les « petits et moyens producteurs ». Ces derniers sont les bénéficiaires de l'essai mais n'y prennent pas part. Ils reçoivent les résultats et apparaissent comme passifs.

Ces deux extraits confèrent une place inégale aux interactions avec des maraîchers ou d'autres acteurs, ce qui montre que la culture de l'oignon chez les acteurs techniques et scientifiques ne revêt pas nécessairement une signification sociale. De même, les acteurs scientifiques et techniques sont très ponctuellement mentionnés par les maraîchers lorsqu'ils parlent de la culture de l'oignon. Bien que reconnus par plusieurs comme disposant de ressources sur le sujet, les acteurs techniques et scientifiques semblent dotés d'un moindre rôle dans la diffusion de pratiques culturelles. Les maraîchers peuvent, de ce fait, conférer une signification sociale à la culture de l'oignon sans, pour autant, mentionner ces acteurs.

### **3.2.4 Conclusion : la signification sociale conférée à l'oignon**

En définitive, les interactions sociales, familiales et professionnelles participent à conférer une signification sociale à la culture de l'oignon. Ces interactions se font, avant tout, au sein de la famille et entre pairs. Ces deux sphères sont identifiées comme jouant un rôle clé dans la transmission et l'appropriation de pratiques culturelles.

La signification sociale accordée à la culture de l'oignon se manifeste également par la dimension normative de cette culture.

Cela confirme l'idée selon laquelle la profession agricole est structurée par des normes sociales qui sont véhiculés par une pluralité d'acteurs : les maraîchers, les groupes professionnels, les acteurs scientifiques et techniques (Darré, 1984 ; Compagnone & Pribetich, 2017). L'enquête confirme la participation d'une pluralité d'acteurs à cette production de normes mais montre aussi que ces acteurs ont un poids normatif variable : celui des maraîchers et des familles de maraîchers est élevé tandis que celui des acteurs scientifiques et techniques est moindre.

Cela confirme les analyses qui soulignent le rôle de la famille pour un agriculteur issu du cadre agricole (Barthélémy *et al.*, 2020). Au cœur d'un modèle agricole qui prévalait jusqu'à la seconde moitié du XXe siècle (Lémery, 2003), « la famille est réintroduite dans le système cognitif, symbolique et social des agriculteurs » (Barthélémy *et al.*, 2020). Dans ce contexte, les pratiques transmises dans le cadre familial prennent la forme de normes dont l'agriculteur hérite, qu'il s'approprie durant sa socialisation. La date de plantation de l'oignon de Toulouges en décembre et le séchage des BBZ sous la grange familiale<sup>102</sup> font ainsi figure de normes qui se sont imposées et qui jouent désormais sur les pratiques des producteurs. Consciemment ou non, il se positionne par rapport à elles : les reprend ou s'en écarte. Cela permet, entre autres, de comprendre la proportion élevée de maraîchers nés de parents agriculteurs qui poursuivent dans le même modèle, qu'il soit bio ou conventionnel. Parmi les 29 acteurs agricoles interrogés, seuls 3 ont changé de modèle par rapport à leurs parents et ce, pour passer d'une agriculture conventionnelle à biologique ; et tous sont installés dans les Pyrénées-Orientales. Les autres ont conservé le même modèle que leurs parents. La perpétuation d'exploitations familiales bio<sup>103</sup> confirme, *a fortiori*, que la famille a un rôle dans la transmission d'une sensibilité à l'écologie et dans l'adoption de pratiques allant dans ce sens (Barthélémy *et al.*, 2020).

L'enquête amène à relativiser le rôle des acteurs scientifiques et techniques. Ces derniers participent à la transmission de pratiques culturelles et sont identifiés comme des acteurs avec

---

<sup>102</sup> Entretiens M39, M35, M38

<sup>103</sup> Entretiens M7, M15, M42

qui les producteurs d'oignons interagissent mais leur évocation dans les discours est rare. De même, leur influence sur les pratiques des acteurs et leur poids normatif est à nuancer. La thèse de Darré selon laquelle les acteurs techniques et scientifiques produisent des normes qui influent sur les pratiques des agriculteurs et qui érigent l'« innovation » en leitmotiv (Darré, 1996) a ainsi peu de résonance sur les terrains d'étude.

\*\*\*

La production d'oignons revêt un sens sensible et social. La signification sensible transparait par le fait que la culture d'oignons est associée à de l'incertitude, à des perceptions, notamment visuelles, à des observations, à des sensations, à des émotions : elle a ainsi un lien fort avec des éléments d'ordre sensible. L'évocation d'une large sphère d'acteurs, de leurs interactions et des normes qu'ils véhiculent témoigne, à l'inverse, de la signification sociale accordée à la production.

Il est cependant délicat de distinguer strictement ce qui relève du sensible et du social.

Qu'elle passe par des observations empiriques, par l'écrit via Internet et via des ouvrages spécialisés ou par l'oral au travers de discussions et de formations, la transmission de pratiques culturelles mobilise des sens et notamment la vue et l'ouïe. Dans ces conditions, une pratique ayant une signification sociale a aussi une dimension sensible.

Aussi, les notions-mêmes d'incertitude, de représentations, de sensations, d'émotions invitent-elles à dépasser la distinction entre signification sensible, sociale et économique.

L'incertitude est, en effet, un concept mobilisé, à la fois, par les économistes et par les chercheurs soulignant la dimension sensible de l'agriculture. En économie, l'incertitude tient à l'aléa du contexte économique, de la mise en marché (Casabianca & Vallerand, 1994). Elle se distingue du risque, par son caractère « non probabilisable, car non mesurable » (Lallau, 2008). Le marché et le contexte économique s'inscrivent dans un « environnement incertain » (Casabianca & Vallerand, 1994) qui implique une prise de « risque stratégique » (*ibid.*) pour se différencier sur le marché et affirmer son originalité. La réduction de cette incertitude passe par des « normes de qualité et [par des] échanges contractuels » (Bernard de Raymond, 2003). L'incertitude des producteurs d'oignons a, par conséquent, une connotation économique et la considérer uniquement comme le témoin d'une signification sensible amène à passer cela sous silence. La polysémie de l'incertitude implique ainsi une étude croisée des significations sensibles et économiques.

De même, les émotions et les représentations peuvent être individuelles ou collectives, si elles sont partagées par plusieurs acteurs (cf. Chapitre 2, 5.3.2.1). L'association de la culture de l'oignon à de la peur, de la joie, de l'angoisse s'observe chez plusieurs acteurs et peut se comprendre à partir de la trajectoire et des interactions socio-professionnelles des acteurs : s'ils ne l'ont jamais fait, plusieurs maraîchers disent éprouver de la peur ou de la curiosité à l'idée de faire de la semence d'oignons. Le souvenir de désherbage en urgence ou la connaissance de tels déboires chez des pairs conduisent certains à assimiler la tâche à de l'angoisse. Les émotions et les sensations véhiculées par la culture de l'oignon ont ainsi une dimension sociale. La frontière est donc floue entre ce qui relève d'une émotion individuelle ou collective. Le lien entre signification sensible et signification sociale est étroit, ce qui motive à considérer les significations sensibles et sociales comme nécessairement entremêlées.

Il est, *a fortiori*, difficile de différencier les discours suivant qu'ils véhiculent une signification sensible, sociale ou économique. Ces significations sont souvent imbriquées dans les discours d'un même acteur voire en tension.

La partie qui suit analyse cette imbrication en s'appuyant sur deux cas concrets. Le premier cas est celui du désherbage et vise à se demander en quoi les discours à propos de l'herbe et du désherbage dans la culture d'oignon donnent à avoir cette triple signification sensible, sociale et économique. Le deuxième cas est celui du choix des variétés d'oignons par un producteur : comment s'opère cet arbitrage ? Dans quelle mesure le choix de cultiver un écotype local est-il lié à la signification sensible, sociale ou économique donnée à ce dernier ? Les discours à ces sujets donnent à voir une tension entre un registre social, sensible et économique.

## **4 DES SIGNIFICATIONS ENTREMÊLÉES : DÉSHERBAGE ET CHOIX DES VARIÉTÉS**

### **4.1 ÉTUDE DE CAS : HERBE ET DÉSHERBAGE**

L'oignon est une plante poussant verticalement et ayant une emprise au sol et un feuillage réduit, ce qui favorise l'enherbement. À l'inverse, des plantes au feuillage plus fourni et couvrant davantage le sol comme les salades et les choux feront passer moins de lumière et limiteront l'enherbement à leurs pieds. L'herbe et sa gestion sont, dans ces conditions, une des grandes difficultés de la culture de l'oignon et un des sujets récurrents chez ceux qui



cultivent de l'oignon. Cette partie montre que l'enherbement et le désherbage ont une signification sensible, économique et sociale et que ces trois significations sont constamment reliées dans les discours. Les notions de pratiques, de représentations et de perceptions permettront de souligner cette imbrication.

#### **4.1.1 « L'ennemi n°1 » : représentations guerrières de l'herbe**

L'herbe fait l'objet d'une représentation négative chez de nombreux producteurs. Du fait qu'elle s'appuie sur des perceptions et des émotions ressenties individuellement et qu'elle se retrouve chez plusieurs producteurs, cette représentation a une dimension sensible et sociale. Si certains soulignent que « le problème, c'est vraiment l'enherbement. », d'autres emploient un vocabulaire plus engagé et une métaphore guerrière pour qualifier la lutte contre ce fléau. Trois extraits illustrent ce recours au lexique de la guerre et de la violence pour décrire l'enherbement.

*« Je dirais, l'ennemi n°1, ce sont les adventices, ce sont les herbes. » (C3)*

*« Y a pas de feuillage, c'est pas comme un chou qui s'installe et c'est pas grave. L'oignon, il peut se faire dévorer par les autres plantes et tu perds complètement... J'me souviens les premiers oignons qu'on a fait. C'est pour ça qu'on en a plus fait pendant 2-3 ans. J'les avais mis dehors en plein champ et sans paillage. Et j'me revois à les désherber dans des chénopodes hauts comme ça. Et les oignons, tu savais pas où ils étaient. Et, du coup, tu avais une récolte pas hyper fournie. [...] Là, c'est la dernière chapelle que j'ai à désherber et en ce moment, ça pousse à une vitesse de fou. [Le paillage,] ça limite quand même. Mais, il faut quand même se faire tous les pieds. Mais, ça limite parce que, sinon, ils s'raient complètement envahis. » (M24)*

*« Une fois, à cause des mauvaises herbes, on ne voyait plus les oignons. Ils sont restés petits et ils n'ont pas grandi [rires]. C'est très dangereux. [...] C'est très difficile. Et ils ne grossissent pas, il n'y aura pas de grand rendement. Parce que ces mauvaises herbes vont dominer et créer de l'ombre. » (M37)*

Le ton exagératif et la métaphore guerrière se retrouvent chez ces trois locuteurs. Le premier est salarié d'une coopérative fournissant des intrants agricoles et travaillant dans les Pyrénées-Orientales. Les deux autres sont des maraîchères installées, pour la première, dans les Pyrénées-Orientales et, pour la seconde, à Bamberg.

Les deux maraîchères ont été confrontées à un enherbement non maîtrisé dont la description présente des similitudes. L'enherbement apparaît comme un assaut soudain et violent, un rapport de force qui oppose deux parties prenantes personnifiées : l'herbe et l'oignon. Dans le premier extrait, le représentant de coopérative considère l'herbe comme « l'ennemi n°1 ». Les oignons font figure de victimes et sont présentés sur un ton tragique et pathétique : ils se font « dévorer » et voient leur croissance cesser. L'enherbement leur retire, en quelque sorte, une des caractéristiques clés des êtres vivants : à savoir la croissance.

L'enherbement est appréhendé à travers des perceptions individuelles et le point de vue du maraîcher. C'est lui qui visualise l'assaut et ses causes. Les raisons de l'enherbement sont perceptibles visuellement : les deux maraîchères expliquent ainsi que l'oignon, par son faible feuillage, n'empêche pas la pousse de l'herbe. C'est le maraîcher qui prend la mesure de l'assaut par la vue. L'oignon se trouve enfoui sous l'herbe : « on ne voyait plus les oignons » (M37), « tu savais pas où ils étaient » (M24).

Le maraîcher se considère, dans cette perspective, comme une victime collatérale de l'enherbement. C'est, d'une part, lui qui réalise le désherbage manuel, en situation d'urgence et « d'attaque ». La deuxième locutrice décrit cette tâche sur un ton pathétique au moyen d'hyperboles : il est difficile de repérer les oignons sur sa parcelle qui s'apparente à un champ de bataille. Elle se considère comme la perdante de cette lutte : « tu perds complètement ». C'est, d'autre part, lui qui souffre des effets de l'enherbement sur l'oignon. Les deux interrogés évoquent les conséquences économiques de cet enherbement sur la production et sur leur activité. Il entraîne « une récolte pas hyper fournie » et « pas de grand rendement ». Le risque lié à l'enherbement, le travail que sa gestion suppose et ses conséquences économiques peuvent conduire à renoncer à cultiver de l'oignon. C'est ce dont témoigne la maraîchère des Pyrénées-Orientales : après avoir été envahie par l'herbe, l'exploitante renonce à faire de l'oignon pendant plusieurs années. L'assimilation du désherbage à un combat permet, sur ce point, de souligner les difficultés pratiques et économiques, auxquels ils sont confrontés au quotidien.

#### **4.1.2 Désherber : une diversité de pratiques aux significations sensibles et sociales**

Pour prévenir l'enherbement ou le gérer lorsqu'il survient, le maraîcher déploie diverses pratiques qui ont une forte signification sensible et sociale.

Cette signification sensible se manifeste par le fait que le désherbage donne lieu à des perceptions sensibles, à des sensations et à des émotions souvent négatives. Une maraîchère installée dans la région de Bamberg évoque en souriant sa pratique du désherbage :

*« Si, avec l'herbe, nous avons beaucoup de problèmes. On doit biner, beaucoup biner [rires]. Avec une binette. À la main. C'est du travail manuel. Pas de machines [rires]. » (M35)*

Le désherbage régulier est un travail manuel associé à un effort pénible, à des sensations négatives mais dans l'entretien, il est évoqué sur le ton de la dérision : outre les rires qui ponctuent le propos, les phrases courtes et nominales donne une dimension comique à la pratique du désherbage. Elle n'évoque pas moins le caractère pénible et répétitif de ce travail. Elle insiste sur le fait que l'herbe cause « beaucoup de problèmes » et est géré de manière manuelle et non mécanisée. La formule d'obligation « on doit biner » (« *man muss hacken* ») montre que le désherbage est une contrainte subie. La pénibilité de ce travail serait telle qu'elle amène la maraîchère à en rire. Cet entretien témoigne des sensations et des émotions consécutives au désherbage.

Cette maraîchère pratique un désherbage régulier et manuel. D'autres pratiques ont été mentionnées durant l'enquête. Leur point commun est d'être déployées en amont, avant que l'herbe ne surgisse. Citons le bâchage de la parcelle avant la plantation, l'installation d'un paillage plastique ou végétal, la préparation d'un écartement pour passer une houe, une binette ou un tracteur en préalable de la plantation, l'association avec des cultures couvrantes telles que des salades et des épinards<sup>104</sup>.

*Illustration 15 Parcelles dans les Pyrénées-Orientales où les oignons sont cultivés sous paillage plastique et où un espace est laissé pour permettre le désherbage par un tracteur (Jaume, 2021)*

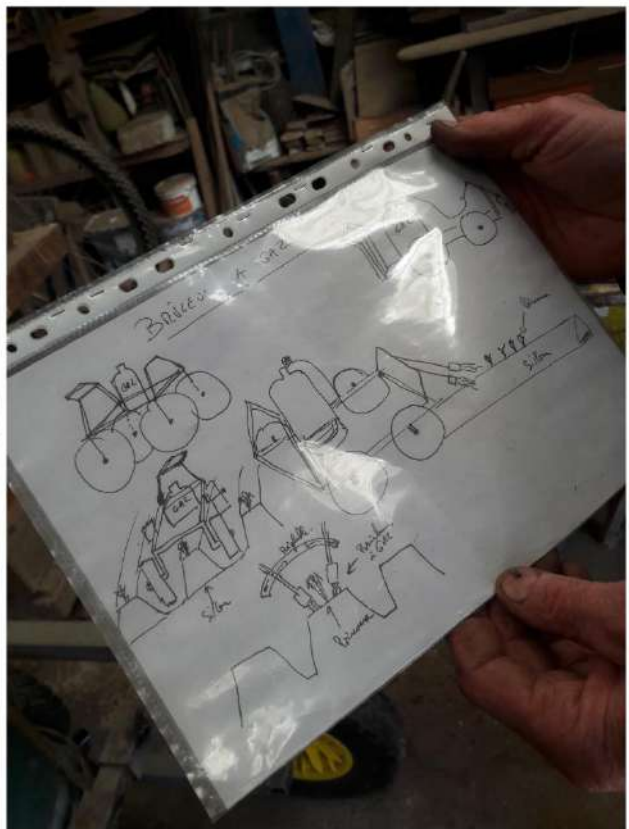
---

<sup>104</sup> Entretiens M14, M24



Le maraîcher peut se faire aider d'outils mais, dans leur évocation, il met en avant son rôle dans le choix des outils, dans leur utilisation voire dans leur conception : houe maraîchère, binette, râteau, produits phytosanitaires, plastifieuse pour poser le paillage plastique, tracteur, « désherbeur à gaz ».

*Illustration 16 « Désherbeur à gaz » développé par un maraîcher*



Quelques éléments de contexte : un maraîcher me présente son désherbeur à gaz qu'il a lui-même développé. Il prend le temps de décrire sa conception, son fonctionnement et les résultats obtenus.

Source et mise en page : Jaume, 2021, 2023

Cette diversité de pratiques pour éviter la pousse de l'herbe se comprend au vu de la représentation négative de l'enherbement et du désherbage : ils suscitent des émotions et des sensations négatives telles qu'il importe de trouver des pratiques pour les éviter. Cela témoigne, par conséquent, de la signification sensible donnée au désherbage et, plus largement, à la culture d'oignons.

Or, cette diversité de pratiques a également une forte signification sociale. Les pratiques sont le fruit d'échanges entre pairs et entre générations. Elles sont également un sujet de débat pour les maraîchers : les acteurs jugent et évaluent mutuellement leurs pratiques. Pour démontrer ce point, je me focaliserai sur le cas du « paillage plastique ». Adopté par un nombre de maraîchers suite à des échanges, il consiste à planter des oignons sur une plastique sombre troué à des intervalles réguliers. Il est jugé comme étant un moyen de prévenir l'enherbement mais n'est pas moins sujets à controverses.

#### **4.1.3 Des pratiques sociales : le cas du paillage plastique**

Les discours à propos du paillage plastique (cf. Illustration 15) témoignent d'interactions entre maraîchers. Ces échanges sont des sources d'inspiration et de controverses : le paillage est ainsi un objet qui revêt une forte signification sociale.

Si des maraîchers optent pour le paillage, cela fait souvent suite à des échanges entre pairs. Du paillage a été vu sur des parcelles de collègues et a donc été installé. Cette maraîchère ayant débuté son activité à la fin des années 2010 dans les Pyrénées-Orientales dit :

*« Le paillage, nous, c'est un essai. [X, une collègue maraîchère] qui va venir cet après-midi, elle, je pense que les premières années, elle les a pas faits pousser sur paillage. Ça fait deux ans qu'elle fait sous paillage parce qu'elle nous a vus. » (M2)*

Elle présente le paillage comme une expérimentation. En dépit de cela, une collègue maraîchère a opté pour le paillage après avoir échangé avec elle et observé ses parcelles. Il y a dès lors un lien de cause à effet signalé par « parce que » entre la visualisation des parcelles et l'installation de paillage. Leurs interactions ont créé un effet d'entraînement : la collègue cultivait de l'oignon depuis son installation en 2008 mais n'avait jamais essayé le paillage bien qu'elle en ait entendu parler. Ce sont les échanges très réguliers et la proximité avec la locutrice qui l'ont incitée à se tourner vers cette pratique. La culture d'oignons sous paillage dépend, dans ces conditions, d'interactions sociales et professionnelles.

La signification sociale que revêt le paillage plastique se manifeste aussi dans l'évaluation qu'en font les producteurs. Le paillage est, dans cette perspective, un objet de comparaison et d'opposition.

*« Moi, j'ai démarré à pas vouloir utiliser de plastique parce que ... bon, maintenant, ils en font du biodégradable avec une partie infime de plastique et surtout de l'amidon, de l'amidon de blé, de maïs ou de pomme de terre. Mais, y a des producteurs qui cultivent toujours comme ça, sur plastique parce que forcément ça évite d'avoir du désherbage. [...] On a plein de débats sur les méthodes de culture. On en parlait... moi, je vais utiliser du plastique. Ça fait que je vais pas travailler le sol parce que, du coup, je mets la bâche plastique sur un sol enherbé. J'vais broyer et j'vais remettre la bâche plastique directement dessus. Parce que le plastique va désherber, va faire le travail. Je considère que c'est écologique parce que j'ai pas travaillé le sol. Ouais, mais t'as quelqu'un d'autre, il va dire : ouais, mais, t'utilises du plastique. J'préfère, entre guillemets, labourer mon sol et ne pas utiliser du plastique. Donc, tu vois, y a plein de débats. » (M5)*

Après l'avoir rejeté, ce maraîcher installé à la fin des années 2010 dans les Pyrénées-Orientales opte finalement pour l'utilisation de plastique. Des bâches recouvrent les parcelles en amont de la production afin d'éviter l'arrivée de graines par le vent, leur germination et, à terme, l'enherbement. Les oignons sont, en second lieu, plantés sur du paillage plastique. Ce discours témoigne des débats et des échanges autour des pratiques culturelles et permet d'analyser la signification sociale qu'elles revêtent.

Le paillage est identifié comme un objet de questionnement, de discussion et de tentation. Constaté qu'il est un moyen reconnu de limiter l'enherbement des parcelles et voir « des producteurs qui cultivent toujours comme ça » incite à l'essayer. « Forcément, ça évite d'avoir du désherbage » : le présent de vérité générale et l'adverbe « forcément » suggèrent que cette pratique est un moyen unanimement reconnu d'empêcher l'enherbement des parcelles d'oignons. Cependant, ce qui fait moins l'unanimité concerne l'utilisation de plastique. L'évocation non pas du paillage plastique mais uniquement du « plastique » montre que c'est le matériau qui fait débat avant tout et, en particulier, son caractère écologique et non biodégradable.

C'est pourquoi, dès son installation, il s'interroge sur son utilisation et considère que cela relève d'un choix personnel à faire, d'une position à prendre. « Moi, j'ai démarré à pas vouloir utiliser de plastique ». La répétition de la première personne du singulier dans « moi, j'ai » et la volonté exprimée par le verbe « vouloir » montrent l'engagement personnel que le rejet du paillage plastique implique. Pour présenter son choix du plastique, il utilise cette même formule emphatique où le sujet est antéposé : « moi, je vais utiliser du plastique ». Par ce choix, il s'engage donc personnellement. Le souci de justifier ce choix suggère le caractère polémique de cette décision. Il donne ses motivations : pouvoir utiliser un paillage biodégradable composé d'une « partie infime de plastique », réduire l'enherbement, ne pas labourer le sol, être « écologique » et avoir moins de travail. Le plastique est, sur ce point, personnifié, il est doté d'une capacité d'action et remplace, en quelque sorte, le maraîcher dans son travail : « le plastique va désherber, va faire le travail ». Ces justifications ne font, cependant, pas cesser le débat et ses propres interrogations. C'est pourquoi il revient sur les arguments qui pourraient lui être opposés. « Ouais, mais » exprime, à la fois, une concession et une opposition sur le modèle de la formule « certes...mais ». Certes, ses arguments sont entendables mais ils ne font pas pour autant l'unanimité. Il reprend alors l'argument qui lui sera, d'après lui, opposé : l'utilisation de plastique.

Le propos donne à voir le débat autour du paillage plastique et la signification sociale qu'implique le choix d'en utiliser. Les arguments pour et contre cet objet sont rapportés sur un ton polémique. Il prend parti pour le plastique et utilise la première personne du singulier pour exposer ses arguments. Cependant, le fait d'exposer également les arguments adverses montre qu'il considère que sa position n'est pas sans limites. Cela suscite la discussion et le débat.

#### **4.1.4 Conclusion**

Cette étude ciblée sur le désherbage renforce l'idée selon laquelle les acteurs confèrent une signification sensible et sociale à la culture d'oignons.

L'herbe et le désherbage font l'objet de représentations sociales : l'enherbement apparaît comme un fléau qu'il s'agit d'anticiper et de prévenir. L'acteur se fait le défenseur de sa culture d'oignon et tache de la protéger de l'herbe. Cette représentation est alimentée par des perceptions sensibles, des émotions, des sensations, des souvenirs individuels ainsi que par des échanges entre pairs. Ces échanges alimentent, en outre, la réflexion des maraîchers au

sujet de leurs pratiques de désherbage. Ces dernières sont un objet de comparaison, de discussions, d'évaluation mutuelle et de controverses et acquiert une forte dimension sociale.

La signification sociale du désherbage est mise en évidence par le rapport au paillage plastique. Les échanges à son propos amènent à faire du paillage un moyen efficace de prévenir l'enherbement des parcelles d'oignons : après l'avoir vu sur des parcelles de collègues ou en avoir entendu les bénéfices, des maraîchers décident de l'utiliser. La diffusion du paillage plastique dépend ainsi des liens sociaux entre producteurs et qui favorisent la transmission de pratiques et d'expériences. La signification sociale accordée au paillage se manifeste *a fortiori* par la polémique qu'il suscite chez les acteurs agricoles rencontrés.

Il est possible d'approfondir la compréhension de cette diversité de pratiques de désherbage en s'appuyant sur les travaux de Javelle (2020). À l'instar de cette anthropologue qui étudie les pratiques de désherbage chez des maraîchers cévenols en agriculture biologique et en agroécologie, l'enquête montre que la relation aux plantes est de l'ordre du contrôle quand il est question de désherbage. Il s'agit de surveiller la parcelle et de trouver des moyens d'éviter que les adventices ne poussent. Le désherbage systématique par des intrants chimiques et la pose de paillage plastique suggèrent, en ce sens, une volonté de contrôle.

Tous n'ont cependant pas cette volonté de contrôle de l'herbe (Javelle, 2020) : les parcelles visitées n'étaient pas toutes dépourvues d'herbe. L'enherbement est, de ce fait, inégalement toléré par les maraîchers (*ibid.*). « Certains maraîchers contrôlent étroitement les mauvaises herbes comme les plantes de culture » (*ibid.*) tandis que d'autres « favorisent les manières particulières que les végétaux ont d'être eux-mêmes » (*ibid.*). Des pratiques se fondent, en ce sens, moins sur une volonté de contrôle que sur les propriétés des plantes. Un des exemples est l'association de l'oignon à des cultures plus couvrantes comme la salade : le feuillage de cette dernière permet d'éviter la pousse de l'herbe au pied de l'oignon.

La référence aux travaux de Javelle (*ibid.*) permet de réaffirmer que le sens donné au désherbage varie en fonction des acteurs. Les maraîchers n'ont pas tous la même position face au désherbage et adoptent, de ce fait, des pratiques différentes suivant leur expérience et leurs convictions individuelles et leurs échanges avec des pairs.



## **4.2 LE CHOIX DES VARIÉTÉS : LE RÉVÉLATEUR D'UNE TENSION ENTRE ÉCONOMIE ET SENSIBILITÉ**

Cultiver l'oignon implique de choisir un type d'oignon – tendre ou sec, jaune, rouge ou blanc – et une variété. De multiples variables entrent en jeu : convictions personnelles, facilités pratiques, qualités du produit du point de vue du rendement, de l'adaptation à la parcelle, du goût, du visuel et de la résistance aux maladies, de sa conservation, de sa valeur-ajoutée, des coûts de main-d'œuvre. Les producteurs allient généralement plusieurs variétés pour proposer des oignons de diverses couleurs, à différentes périodes de l'année.

Je montrerai que ce choix peut se comprendre à partir du sens donné à l'oignon et aux différents types d'oignons. Le choix des variétés différera si ce sens est plutôt économique, sensible ou social. Dans un premier temps, l'accent sera mis sur la portée économique du choix des variétés (cf. 4.2.1). Je m'intéresserai, ensuite, à la manière dont les maraîchers justifient le choix de cultiver de l'oignon jeune et montrerai que cela tient, notamment, à la signification sensible et économique prêtée à cet oignon (cf. 4.2.1 et 4.2.2). Dans un dernier temps, il s'agira de mieux comprendre le choix de cultiver un écotype local (cf. 4.2.3).

### **4.2.1 Une signification économique**

#### ***4.2.1.1 Les conséquences de la division du travail : un choix de variétés dépendant du catalogue des semenciers et des pépiniéristes***

La délégation de la production de graines et de plants par des maraîchers les amène à être restreints dans leur choix des variétés. Ne pouvant pas ou ne souhaitant pas produire leurs propres plants, estimant que cela est économiquement plus intéressant, ils disent se contenter de l'offre proposée par les semenciers et pépiniéristes. Ainsi, du fait de la division du travail avec l'amont, des maraîchers sont dépendants des semenciers et des pépiniéristes et sont tenus de choisir leurs variétés au sein d'un catalogue.

De nombreux maraîchers reconnaissent ne pas véritablement choisir les variétés qu'ils cultivent. Ils optent pour les variétés disponibles dans les catalogues du semencier chez qui ils se fournissent habituellement. Pour les maraîchers récemment installés, ce choix restreint permet de pallier le doute et l'hésitation. Cette maraîchère installée dans les Pyrénées-Orientales au cours des années 2010 en témoigne :

*« Ça, c'est finalement le côté qui me va bien, chez [X, un pépiniériste fournissant des plants aux professionnels], c'est qu'on choisit pas vraiment parce qu'ils ont*

*pas énormément de choix et, franchement, au début, quand t'es un peu paumé, c'est pas mal de pas avoir vingt variétés parmi lesquels choisir. » (M24)*

*« Après en fonction de la saison, on me donne la variété qui convient. C'est évident que les variétés d'hiver ne sont pas les mêmes que celles d'hiver ou de printemps. » (M29)*

Ce maraîcher exerçant également dans les Pyrénées-Orientales explique que les variétés d'oignon tendre et sec qu'il cultive tout au long de l'année sont choisies non pas par lui mais par le pépiniériste en fonction des périodes de plantation. Le choix est doublement contraint : par la saison et par le catalogue du pépiniériste. Le fait de désigner ce dernier par le pronom neutre « on » contribue à une mise à distance et à une dépersonnalisation de la décision : le maraîcher ne choisit pas les variétés qu'il cultive.

La division du travail entre semenciers, pépiniéristes et maraîchers permet, de ce fait, de comprendre le choix des variétés par des maraîchers ou, plutôt l'absence de choix à laquelle ils sont confrontés. Les motivations économiques dans le choix des variétés se manifeste d'autant plus lorsqu'est évoqué l'oignon jaune et l'oignon de cuisine. Ces deux cultures sont dotées d'une même signification économique.

#### **4.2.1.2 L'oignon jaune et l'oignon de cuisine : une culture dotée d'un sens économique**

A Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales, les producteurs ne se tournent pas en priorité vers des oignons jaunes et ce, du fait de l'impossibilité d'être compétitifs en termes de prix. L'oignon jaune est représenté comme l'emblème d'une production mondialisée, intensive, mécanisée et proposant des prix très bas.

*« L'oignon jaune, c'est tout mécanisé. Ça vient d'Espagne. Ça vient de partout, d'Italie. C'est fait à la machine, ils vendent à dix centimes le kilo. Ça marche pas comme ça. Déjà l'oignon qu'on parle, on le nettoie un à un, à la main. Et ça, ça coûte trente centimes le kilo, rien que de le nettoyer à la main. Donc, c'est pour ça qu'il y a un prix à respecter. L'oignon jaune, c'est industriel. C'est des machines qui sèment. Des machines qui ramassent. Des machines qui calibrent et qui nettoient. C'est pas du tout pareil. C'est pas le même comportement. C'est impossible, même pas la peine parce que, déjà, les gens qui ont l'oignon jaune, ils ont 50 hectares, 100 hectares, 200 hectares. Ils ont une machine qui coûte cher mais en faisant ça. C'est comme la pomme de terre qui est faite dans l'Atlantique,*

*là-bas, où ils font des hectares et des hectares. Tout est mécanisé. C'est pareil. Y a des choses qu'on peut pas mettre les pieds. » (M28)*

Cet interrogé associe la production d'oignons jaunes à une production mécanisée, pratiquée sur de vastes surfaces et la compare à sa propre production. Le locuteur compare le degré de mécanisation en insistant sur le caractère manuel de ses propres pratiques : l'oignon, « on le nettoie un à un à la main ». L'enquêté souligne, ensuite, l'écart en termes de surfaces par une gradation : « ils ont 50 hectares, 100 hectares, 200 hectares » et par la tournure « des hectares et des hectares ». Le but n'est pas de quantifier précisément les surfaces mais de souligner le contraste avec les exploitations des Pyrénées-Orientales de taille sensiblement plus réduite. La sienne s'étend sur trois hectares et est partagée entre un hectare d'oignons et deux de salade. Ces productions intensives d'oignons jaunes sont, d'après lui, prégnantes en Espagne mais la phrase « ça vient de partout, d'Italie » montre qu'elles s'observent aussi ailleurs. Sa critique porte sur l'ensemble des productions jugées industrielles. Des phrases négatives participent à amplifier la différence entre ce type de production et celle pratiquée sur son exploitation : « C'est pas du tout pareil. C'est pas le même comportement ». Les antithèses qui opposent sa production à celles mécanisées, les tournures qui soulignent l'impossibilité et la fatalité – « c'est impossible », « même pas la peine », « y a des choses qu'on peut pas mettre les pieds » –, les phrases courtes, les négations récurrentes, la récurrence de « tout » amènent à considérer ce discours comme relevant d'un registre tragique. Ce dernier caractérisé par un propos grave et pessimiste suggère la représentation qu'a l'interrogé de sa situation : une situation qui paraît désespérée et face laquelle il n'y a pas de marge de manœuvre.

L'oignon jaune est dès lors synonyme d'une production mécanisée et industrielle que le maraîcher est incapable de concurrencer. Cela explique pourquoi il ne cultive pas d'oignons jaunes et propose un oignon rouge et doux, qu'il peut vendre à un prix plus élevé.

*« Le problème avec les oignons c'est que dans les supermarchés... en Allemagne, il y a beaucoup d'exploitations qui font de la monoculture et les prix sont très très bas. Et donc pour ces prix, on ne peut pas produire. Parce que les grosses exploitations qui ne produisent que des oignons et le font mécaniquement, le kilo ne vaut que vingt centimes. Pour nous, ça demande beaucoup de travail. Quand on vend au niveau régional, directement, on a de bons prix. » (M36)*

Le discours de ce maraîcher bambergeois a une structure similaire à celui étudié précédemment : le modèle des exploitations produisant des oignons de manière intensive est brièvement décrit et opposé à celui visible à Bamberg. Prix bas, volumes importants, mécanisation et spécialisation sont associés à des adverbes qui amplifient le propos – « beaucoup » répété deux fois, « très très » –, à des tournures négatives et restrictives telles que « ne...que » répété deux fois. Le locuteur insiste sur l'impossibilité de pratiquer un tel modèle. Aussi l'usage d'un présent d'habitude suggère-t-il que l'interrogé considère sa situation comme peu susceptible d'évoluer. Toutefois, le locuteur semble moins fataliste. Il expose une piste de solution qui consiste à destiner son produit au marché régional et à pratiquer des circuits courts. Ce positionnement permet de vendre sa production à un meilleur prix. La satisfaction liée à ce modèle est suggérée par l'adjectif positif « bons » (*gut*) à propos des prix pratiqués.

Ces deux propos montrent la concurrence forte qui traverse le marché de l'oignon et l'échec fatal qui suivrait toute tentative d'atteindre des prix aussi bas que des exploitations spécialisées et produisant de l'oignon de manière intensive. L'oignon jaune en France et celui dit « de cuisine » outre-Rhin sont alors les emblèmes de ces productions.

Les prix bas imposent aux maraîchers des terrains d'étude de se positionner sur des marchés de niche où ils peuvent affirmer la spécificité de leur produit et proposer des prix plus élevés. Le choix des variétés suit, dans cette perspective, un raisonnement économique. Il répond à un enjeu de compétitivité structurelle, entendue comme la « capacité d'une entité économique à se démarquer de la concurrence et ce, par d'autres moyens que le prix » (Dejardin, 2006). Les oignons se différencieront moins par leur prix bas que par leur image, par leur réputation et par la qualité qui leur est associée.

Le choix de ne pas cultiver de l'oignon jaune donne ainsi une large place à un lexique et à des arguments économiques. Toutefois, le choix dépend également des perceptions gustatives et visuelles suscitées par une variété et d'échanges avec d'autres producteurs : la signification sensible, sociale et économique qui est conférée à tel ou tel oignon permet, dès lors, de comprendre comment un producteur en vient à le cultiver.

## 4.2.2 L'oignon jeune : entre économie et sensibilité

Intéressons-nous, tout d'abord, au cas de l'oignon jeune, aussi qualifié d'oignon tendre, frais ou botte : quels éléments guident les producteurs vers ce type d'oignon ? Je montrerai que cela tient, entre autres, à des éléments d'ordre sensible et économique.

### 4.2.2.1 Une lecture économique contradictoire

Pour de nombreux producteurs, la culture d'oignon jeune n'est pas pleinement intéressante d'un point de vue économique, du fait des coûts de main d'œuvre liés à leur récolte, à leur nettoyage et à leur conditionnement.

*« Avec 2-3 oignons plantés, tu fais vite fait une botte. Une botte que tu vas vendre en demi-gros... le grossiste va nous la payer 1€20. Les Biocoop vont nous la payer 1€50 et, nous, on va la vendre entre 2,30 et 2,10 au marché. Donc, c'est un bon rapport. Y a juste ce côté main-d'œuvre. Il faut avoir un peu le coup. Normalement, il faudrait pas que l'oignon reste plus de cinq secondes dans ta main pour que la chose soit rentable, donc tu comptes. » (M7)*

Ce maraîcher bio fait état des prix qu'il peut attendre de la vente de ses oignons jeunes et conclut par dire que « c'est un bon rapport ». Le produit est considéré comme un vecteur de valeur ajoutée, d'autant plus s'il est vendu en vente directe sur un marché de plein vent. L'oignon tendre n'est pas vendu en vrac, avec un prix au kilogramme, mais en botte, avec un prix à la pièce. Cette formule permet d'obtenir un prix plus élevé.

Toutefois, il se montre plus réservé ensuite et concède que cette production représente un coût de main d'œuvre élevé lié à la préparation des bottes : les couches supérieures de l'oignon sont retirées, les racines et les feuilles raccourcies et le tout est déposé dans une caisse en vue d'être emballé et expédiées. L'entretien se déroule durant une session de préparation des oignons jeunes à laquelle je participe. Voyant que je suis novice, que je n'avais pas « le coup », il m'explique que pour être « rentable » l'effeuillage de l'oignon jeune ne doit pas prendre plus de cinq secondes. Cette observation montre qu'un calcul a été effectué par le maraîcher et que la culture de l'oignon jeune a une signification économique.

Préparer l'oignon tendre et consentir aux coûts inhérents à cette pratique sont toutefois des nécessités pour trouver des débouchés. C'est ce qu'ont remarqué à leurs dépens des représentants de la station expérimentale de l'INRAE. Dans le cadre d'un projet de recherche autour de la diversification en maraîchage, ils cultivent de l'oignon jeune. Au terme du projet,

ils souhaitent commercialiser leur production mais rencontrent de grandes difficultés pour y parvenir :

*« L'oignon, on avait du mal à vendre dans les circuits qu'on avait. Et puis, ils demandaient un conditionnement qu'on avait pas. Faire les bottes. Y a pas beaucoup de stations qui prennent du vrac pour l'oignon botte, en fait. Donc, on devait tout conditionner sous forme de botte et c'était très très long. Et puis, on avait pas le matériel pour faire facilement les bottes et on n'avait pas le ruban ou l'élastique. » (CH2)*

Habités à commercialiser leur produit dans des circuits longs, via des grossistes, les responsables de la station ont peiné à le faire pour l'oignon jeune. Ils n'avaient pas prévu « le temps passé à les conditionner et la difficulté pour les écouler » (CH1), d'autant que « ça ne pouvait pas attendre » (CH1), l'oignon jeune ayant une moindre conservation. Ces problématiques imprévues viennent nuancer l'intérêt économique de l'oignon jeune et amène un des interrogés à vouloir éviter de cultiver des oignons jeunes lors de futurs essais.

L'oignon jeune fait cependant l'objet d'une lecture économique plus favorable. Le premier interrogé notait qu'il permettait d'obtenir une marge satisfaisante et, dans l'extrait qui suit, un maraîcher bio justifie son choix de cultiver des oignons jeunes à partir des arguments principalement économiques :

*« Un grossiste qui veut faire de l'oignon jeune, il aura besoin de beaucoup de main d'œuvre, donc il le fait pas. En général, quelqu'un qui est très mécanisé, il va faire de l'oignon de conservation qu'il va laisser arriver jusqu'au stade sec et gros. Et là, il va tout vendre en même temps, les calibrer. Donc, c'est un produit qui est plutôt réservé à des p'tites structures, l'oignon jeune. C'est un produit... pas de luxe mais très fin, l'oignon jeune. Donc, les gens aiment beaucoup ici, surtout ici, y a beaucoup la culture de l'oignon. Et en termes d'occupation de sol, c'est une occupation de sol qui est moins longue aussi parce que forcément tu le cueilles à un stade immature. Le laisser grossir et sécher, ça doublerait presque le temps de culture. Donc, du coup, quand tu es sur petite surface, tu as aussi ton calcul, disons, rentabilité, où tu te dis, y a le temps que ça m'a pris à préparer la plantation, à cueillir, à mettre, comment dire, en étal pour la vendre. Mais, y a aussi le temps d'occupation du sol qui a une importance. Si quelque chose reste*

*six mois ou huit mois dans le sol te rapporte autant et te prend autant de temps que quelque chose qui reste trois mois, ben, il vaut mieux faire ce qui dure trois mois, comme ça tu peux faire une autre rotation. [...] Ici, je fais plus de l'oignon jeune et ça tu peux en faire toute l'année. Tu peux le planter en septembre et le récolter en janvier comme les calçots. Tu peux le planter en décembre et le sortir à peu près maintenant [en mars]. Tu peux le planter maintenant et le sortir sur juin, juillet. » (M5)*

La culture de l'oignon jeune a, d'après lui, un intérêt économique : la demande est importante, la période de production est plus large, son prix de vente est supérieur à celui d'un oignon sec, et sa durée en terre est inférieure, ce qui permet d'enchaîner plus rapidement sur un autre produit. La décision de le cultiver résulte d'un « calcul » économique prenant en compte les coûts, les bénéfices espérés et la perspective de rentabilité. Cette analyse économique peut s'expliquer par le fait que le maraîcher se revendique du « bio intensif » (M5).

*« J'me suis inspirée d'un maraîcher québécois qui s'appelle Jean-Martin Fortier. [...] Il fait ce qu'on appelle du bio intensif. C'est histoire de densifier les cultures, d'enchaîner un maximum les rotations pour sortir un haut chiffre d'affaires sur une petite surface. C'est l'idée, d'être toujours à la densité maximale d'une récolte mais pour que le légume arrive à bien se développer. » (M5)*

Dans sa présentation du bio intensif, le locuteur mobilise un lexique économique : ce modèle se fonde sur la recherche d'un bénéfice le plus élevé possible par le choix de cultures courtes et pouvant être vendue à un prix élevé. En dépit de ses coûts de main d'œuvre, l'oignon jeune est vu comme une culture intéressante dans ce cadre.

#### **4.2.2.2 L'oignon jeune : un produit « très fin »**

Si l'accent a été mis sur le sens économique, le dernier extrait montre que cultiver de l'oignon jeune a aussi une signification sensible : le locuteur considère la représentation positive de ce produit et les sensations gustatives que sa dégustation suscite : il est un « produit... pas de luxe mais très fin ». Cette signification sensible se manifeste d'autant plus lorsque l'interrogé indique ce qui le motive à faire de l'oignon jeune. Les raisons invoquées sont alors autres qu'économiques. L'oignon jeune est un produit qui lui plaît, qu'il apprécie faire découvrir et qui a une résonance culturelle et locale lorsqu'il est vendu comme *calçot* et sur laquelle je reviendrai par la suite (cf. Chapitre 6, 1.1.3).

*« On fonctionne pas mal au coup de cœur aussi, je pense. Moi, j'aime bien, cette tradition-là, elle me parle. J'aime bien le produit en soi. Tous les gens qui sont pas originaires de la région à qui j'ai fait goûter l'oignon cuit au four, l'oignon fondant entier, parce que tu le coupes pas, il est entier. Pour le manger comme ça. Y a quelque chose qui se passe. On te dit : j'aurais jamais imaginé un truc comme ça. Y a des gens, ils connaissent pas l'oignon jeune. Tu vois ça, ils savent pas que c'est un oignon. [...] Le fait que tu vas savoir le vendre parce qu'il te plaît à toi, ce produit. Ouais, tu développes des liens affectifs avec certains produits. » (M5)*

Le discours associe le lexique du sentiment (« j'aime bien », « liens affectifs », « plaît », « j'adore », « coup de cœur ») et la première personne du singulier : le maraîcher revendique un lien personnel avec ce produit qui lui plaît. Ce lien personnel et affectif avec l'oignon conserve sa part de mystère (« y a quelque chose qui se passe ») et influe sur sa capacité à le vendre : « tu vas savoir le vendre parce qu'il te plaît à toi, ce produit » (M5). La capacité à témoigner de cette relation auprès des clients implique des compétences (il faut « savoir » le faire) mais est déterminante pour vendre son produit. Au vu des émotions et des sensations positives que ce légume suscite, le maraîcher accorde une signification sensible à l'oignon jeune. Associée à des motivations économiques, cette dernière permet de comprendre son choix de cultiver ce produit.

Les discours des producteurs qui s'orientent vers de l'oignon jeune donnent à voir une tension entre des éléments sensibles et économiques. Il est reconnu pour ses qualités gustatives et visuelles et pour la plus-value obtenue au moment de sa vente mais aussi pour les importants coûts de main d'œuvre qu'il entraîne. Le choix de cultiver ou non de l'oignon jeune tient, dans ces circonstances, à la signification sensible et économique conférée au produit.

### **4.2.3 Cultiver de la BBZ et de l'oignon de Toulouges : des significations multiples**

Dans cette partie, je montre que le choix de cultiver un écotype local peut se comprendre en considérant la signification, à la fois, sociale, sensible et économique que lui accordent les acteurs.

#### **4.2.3.1 L'ambiguïté de la perspective économique**

L'intérêt de cultiver un écotype local est, tout d'abord, économique dans la mesure où ces variétés peuvent être des facteurs de valeur ajoutée pour les producteurs. C'est le cas de



l'oignon de Toulouges que plusieurs enquêtés considèrent comme une « culture obligée », motivée par des arguments économiques et par la forte demande locale.

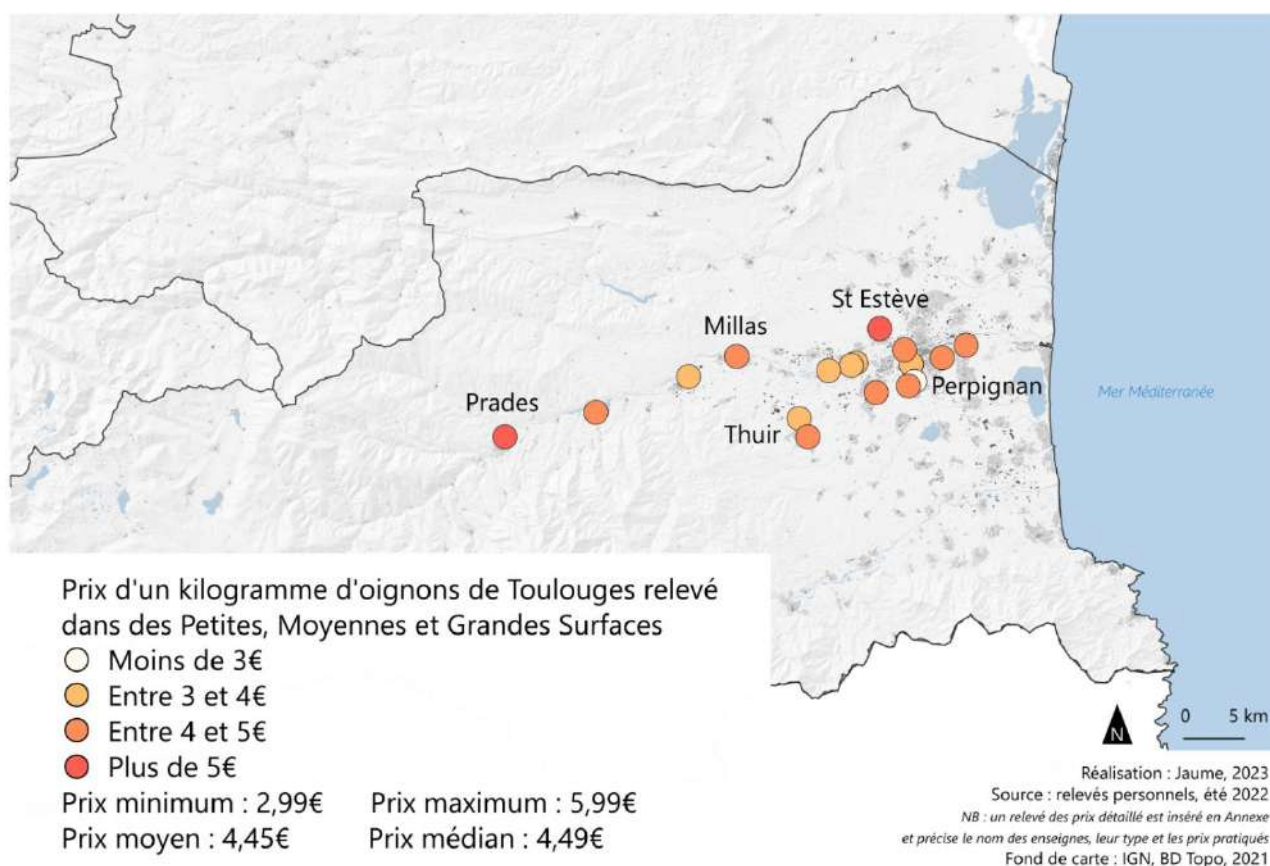
*« C'est un oignon local qui est très apprécié de nos clients. Donc, c'est un produit qu'on ne peut pas se permettre de manquer. Parce qu'il y a cette demande qui est là. » (P7)*

Cette forte demande et la perspective d'une vente aisée de l'ensemble de sa production motivent entre autres ce pépiniériste à faire du plant d'oignons de Toulouges. Il signale par la suite qu'une queue se forme régulièrement à l'ouverture de sa pépinière lorsque du plant est disponible. La réalisation de l'entretien durant la pause du midi a permis de confirmer ces dires : au moment de quitter l'exploitation, quelques minutes avant la réouverture, je constatai un attroupement à l'entrée de l'exploitation.

Le relevé des prix dans les GMS réalisé pendant l'enquête (cf. Figure 55) confirme que l'oignon de Toulouges est un produit valorisé sur le marché et que le cultiver permet au producteur d'espérer une valeur ajoutée. Le prix de l'oignon de Toulouges est supérieur aux autres oignons et connaît de fortes variations suivant les lieux de ventes. Il oscille entre 2,99€ et 5,99€. Le prix moyen est de 4,45 € et le prix médian de 4,49€.

Figure 55 Relevé des prix dans les magasins visités durant l'enquête

## Un produit à haute valeur ajoutée



Cela est confirmé par le prix de référence fixé au marché de gros. Au début du mois d'août 2022, le prix d'un kilogramme d'oignons de Toulouges désigné comme « oignon doux Roussillon » était ainsi de 1€40 avec une variation possible entre 1€20 et 1€50<sup>105</sup>. Ce prix est supérieur à celui d'un oignon jaune sec puisque, en comparaison, à cette même date, le prix d'un kilogramme d'oignon jaune sec de catégorie 1 et produit en France, notamment, dans l'Ouest et dans le Nord de la France était fixé à 55 centimes. L'oignon de Toulouges est ainsi un produit à forte valeur ajoutée.

Cet autre pépiniériste qui commercialise des graines et des plants de BBZ considère un autre intérêt économique à cultiver un écotype local et, en particulier, la BBZ. Lorsque je l'interroge sur ses motivations à produire des graines de BBZ, il explique :

<sup>105</sup> Source : FranceAgriMer, RNM

*« Pour nous, il y avait toujours la pensée que nous avons de très nombreux clients régionaux et qu'il y a des extrêmes entre eux. On s'efforce de trouver des variétés qui font du rendement ici. [...] Il faut regarder celles qui grandissent avec la meilleure santé. Celles qui sont en meilleure santé, leur résistance. C'est le processus. Et nous avons essayé ici chez nous de voir... si nous avons une variété ici qui donne des rendements. C'était la réflexion. [...] Pour les variétés que nous produisons et celles que nous avons déjà multiplié, c'est important de voir si elles sont adaptées à la région. » (P8)*

L'enjeu dans le choix des variétés est de satisfaire ses clients. Ces derniers sont principalement situés dans le nord de la Bavière, en Franconie et dans le district d'Oberpfalz, dans des espaces qui, de ce fait, diffèrent fortement par leur climat et leur sol. Pour ce faire, les variétés doivent être productives et résister aux maladies. Or, pour remplir ces deux critères, le choix se porte sur des variétés considérées comme adaptées à la « région », c'est-à-dire au lieu de production de ses clients. Lui et, auparavant, son père tâchent par conséquent de proposer des variétés suivant ces objectifs et la BBZ en fait partie. La culture de la BBZ a ainsi une signification économique.

Pourtant, de mêmes constatations économiques amènent des producteurs à se détourner des écotypes locaux.

Dans les Pyrénées-Orientales, avec l'arrivée sur le marché de la variété Fireking, des maraîchers réinterrogent leur culture de l'oignon de Toulouges. Je demande ainsi à ce maraîcher pourquoi il produit de l'oignon de Toulouges.

*« Parce que y a ce côté ... de maintenir quelque chose, parce que mes parents l'ont toujours fait. Moi, je sais le faire. Mais croyez-moi, ça me coûte plus que de commander du plant tout prêt, qui arrive magnifique, que je plante, qui démarre fort. » (M34)*

*« Le véritable oignon de Toulouges. Bon, ça, ça demande de mettre des oignons de côté pour développer les semis. Je fais les semis parce qu'on n'en trouve pas, de toute façon, y en a pas. Pour avoir des graines d'oignons de Toulouges. » (P7)*

Hétérogénéité des oignons récoltés, faible conservation, nécessité de faire ses graines et ses plants, coût de main d'œuvre, débouchés limités : autant d'éléments qui font que, malgré son caractère local, l'oignon de Toulouges n'a plus rien d'évident face à celle du Fireking. Les

rendements, l'accessibilité de plants bon marché, l'aspect homogène du produit fini : sont autant d'éléments d'ordre économique et productif qui pèsent dans la balance et la font pencher en faveur du Fireking.

De même, les cinq maraîchers rencontrés à Bamberg cultivent en parallèle des oignons de cuisine, plus gros que la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*, plus pratique à utiliser en cuisine et pour répondre à la demande de leurs clients. Ce maraîcher explique son choix des oignons qu'il cultive :

*« C'était avec la demande des clients, parce qu'ils voulaient un oignon rouge. Donc, on en a produit. Et pour l'oignon de cuisine, c'est pareil, ils en voulaient aussi. Ils en voulaient. » (M38)*

Dans les entretiens avec des maraîchers qui la cultivent, la BBZ n'est pas associée à une valeur ajoutée. L'argument économique n'est donc pas déterminant dans le choix de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*.

Des arguments économiques incitent autant à s'orienter vers ces écotypes locaux qu'à les reléguer au profit de variétés hybrides et/ou plus productives. Dès lors, si des écotypes locaux continuent d'être cultivés, cela tient à des considérations économiques et à la signification sociale et sensible qu'ont ces écotypes pour les acteurs.

#### **4.2.3.2 Une signification sensible**

La signification sensible se manifeste par l'évocation des caractéristiques organoleptiques de cet oignon et par celle d'une adaptation aux parcelles.

Les producteurs sont unanimes pour noter la particularité gustative et visuelle de l'oignon de Toulouges : sa goût doux et sucré, sa couleur rosée et sa taille potentiellement imposante.

*« Il est sucré, il est doux. Il est sympa par sa couleur, il est beau. » (R1)*

*« Après, en goût, pfff... mais bon après ça, c'est subjectif, le goût. Il est inimitable, y a pas photo. » (M4)*

Ce restaurateur et ce maraîcher produisent tous deux de l'oignon de Toulouges et reconnaissent la spécificité de son goût et de son aspect. Leur description est laudative voire hyperbolique. Le premier interrogé personnifie l'écotype en le qualifiant de sympa et de beau.

Le second concède qu'il s'agit de son avis personnel mais le ton oral et familier et les expressions hyperboliques montre que ce ressenti est fortement ancré.

Le deuxième élément qui témoigne d'une signification sensible tient au fait que des producteurs considèrent à partir d'observations empiriques les plantes comme adaptées à leurs parcelles. Le pépiniériste qui faisait des graines de BBZ en témoigne : « Il faut regarder celle qui grandissent avec la meilleure santé. Celle qui sont en meilleure santé, leur résistance » (P8). La croissance des plantes, la résistance aux maladies et aux aléas est ainsi observée et permet de distinguer les variétés adaptées ou non à sa région. L'emploi du verbe d'obligation « *müssen* » traduit en français par « il faut » montre que l'observation des plantes est même une nécessité car cela permet d'identifier les variétés les plus résistantes et les plus productives.

Des témoignages similaires dans les Pyrénées-Orientales. En s'appuyant sur des observations personnelles et empiriques, des interrogés décrivent en des termes élogieux la qualité des récoltes obtenus sur leurs parcelles situées à Toulouges et en montagne. Ils associent dès lors ces résultats au sol sablonneux de Toulouges et au climat montagnard : une corrélation est le fruit d'éléments sensibles, d'observations, de sensations et non de tests scientifiques ou objectifs. Deux maraîchers affirment ainsi l'importance de cultiver l'oignon de Toulouges à Toulouges :

*« J'ai toujours eu de plus beaux oignons sur Toulouges qu'ici, sur le Soler. Pourtant, y a quoi ? un kilomètre, même pas mais c'est vraiment lié au type de sol. Après, vous pouvez faire un oignon ailleurs qu'à Toulouges, du moment que vous avez un sol un peu argileux, je pense que c'est quelque chose qui convient vraiment bien à l'oignon. Je veux dire, pour avoir des supers résultats. » (M34)*

*« Les gens disent que le nôtre, il est extrêmement doux. Alors c'est vrai que les sols, ça y fait énormément. Par exemple, nous, on se fait la graine, ça bénéficie de la structure du sol, ensuite, on fait le plant. Donc je pense que ça y fait, ça joue un peu. Ici, c'est assez argilo-humique et avec pas mal de phosphore dedans. Très argilo-humique. C'est une terre lourde, en fait. C'est des terres lourdes. Mais je pense que c'est ce qui en fait la caractéristique pour le goût. » (P7)*

Le premier enquêté note une différence entre sa production sur Toulouges et celle sur la commune limitrophe du Soler. Cela l'étonne d'autant plus que les communes sont proches.

Il s'agit moins d'une remarque ponctuelle que d'une corrélation : cela vaut « toujours » et « vraiment ». De même, les résultats obtenus à Toulouges sont exposés en des termes mélioratifs et le fait de les qualifier de « beaux » montre que cela résulte de perceptions visuelles à propos de l'aspect extérieur des oignons. Ces résultats sont attribués au « type de sol » et, plus exactement, à « un sol un peu argileux ». La localisation à Toulouges est, d'après lui, secondaire « du moment que vous avez un sol un peu argileux ».

L'influence du sol argileux sur l'oignon de Toulouges est notée par le second interrogé qui estime que la localisation à Toulouges a une importance décisive quant à la douceur de l'oignon. Il s'agit d'un pépiniériste qui produit de la graine et du plant d'oignons de Toulouges sur la commune. La qualité retenue est moins visuelle que gustative : d'après la perception gustative de ses clients et leurs retours sur la douceur des oignons obtenus grâce à ses plants, il soutient qu'il y a une corrélation importante entre cette douceur et le sol de Toulouges. Les deux « je pense » montre que la corrélation est de son ressort et n'est pas vérifiée. La seconde phrase a une portée plus générale comme le suggère la proposition « c'est vrai » et le présent de vérité générale : « ça y fait énormément » : le sol influe sur le goût du légume, de manière générale. À partir de ce constat général, l'enquêté défend le fait que cela vaut également pour l'oignon de Toulouges. Il insiste sur le fait que la graine et le plant sont produits sur Toulouges et sur un sol qu'il prend le temps de décrire : « argilo-humique et avec pas mal de phosphore » et lourd. Le sol est perçu du point de vue de sa consistance et de composition minérale et n'est pas désigné à travers un lexique évaluatif et mélioratif à la différence des interrogés à Bamberg.

Si le sol argileux de Toulouges est vanté, le milieu de montagne l'est également. Son évocation est alors d'autant plus élogieuse qu'elle est paradoxale. Étant donné que les interrogés attribuent régulièrement la spécificité de l'oignon de Toulouges aux conditions pédoclimatiques réunies sur la commune située dans la plaine à 60m d'altitude, il est paradoxal que des résultats satisfaisants soient obtenus en altitude, là où les conditions pédoclimatiques diffèrent sensiblement. De même, le maraîchage est rare dans cet espace, ce qui rend la présence de parcelles d'oignon de Toulouges d'autant plus confidentielles. Ce paradoxe éclaire l'évocation très élogieuse des cultures d'oignons de Toulouges en montagne.

Deux extraits évoquent de mêmes parcelles situées dans un village de la vallée de la Têt à 1300m d'altitude. Le premier locuteur est celui qui les exploite et le second est un pépiniériste qui en a connaissance.

*« Ici [aux abords de Prades], je fais trois cueillettes, là-bas [sur les parcelles en montagne], j'en fais cinq ou six. Et alors en goût, pfffiou... Ah, c'est une terre merveilleuse. C'est des prés, y a jamais eu de maraîchage. C'est des terres nouvelles qu'on a travaillées. [...] là-haut, quand même, c'est plus puissant, les choses. J'te ferais goûter une betterave de Vinça et une betterave de là-haut, alors, pfffiou...ça se voit, y a plus de sucré, plus de frais. » (M4)*

Outre ces parcelles en montagne, le maraîcher dispose de parcelles à quelques kilomètres en aval de Prades, à 300m d'altitude environ. Ils comparent les deux localisations en opposant « ici » et « là-bas » ou « là-haut ». Il pointe la différence en termes de rendement, de goût, de sol, de fraîcheur. Les sens et, en particulier, le goût, nourrissent la comparaison qui ne se fonde, de ce fait, pas sur des critères objectifs : l'oignon, la betterave sont, d'après lui, plus frais et sucrés. Il décrit ensuite ses parcelles avec des hyperboles et des termes à la connotation magique ou surnaturelle : « c'est une terre merveilleuse », « c'est plus puissant ». Deux souffles signifiés par « pfffiou » suggèrent que l'interrogé n'a pas de mots assez forts pour décrire les résultats obtenus. En disant que « là-haut, quand même, c'est plus puissant, les choses », l'interrogé ne cherche pas d'explication rationnelle ou précise mais les choses englobent vraisemblablement les êtres vivants, les éléments organiques, minéraux, le sol ou pour le dire autrement, le non-humain. L'interrogé ne cherche pas d'explication rationnelle à ce qui paraît pour lui de l'ordre du sensible, de l'ineffable, de l'inexplicable, du magique, de l'inédit. Ce verbatim témoigne d'une relation sensible à un espace micro-local, aux éléments non-humains qui le composent et aux produits qui y sont cultivés. Son collègue pépiniériste n'a pas de mots moins élogieux :

*« Ils ont des terrains, là, c'est fabuleux, les terrains qu'ils ont, ça pousse tout seul. Il fait de supers oignons. Ça pousse tout seul. Il plante ça au mois de mai et il les cueille fin août, début septembre, comme les patates, les carottes. Il arrive à faire des légumes supers là-haut, parce que, en été, y a une meilleure atmosphère qu'ici. Ici, c'est étouffant. Là-haut, les nuits sont beaucoup plus fraîches. » (P2)*

À l'instar du premier interrogé, ce locuteur décrit avec des hyperboles et des termes qui suggèrent le caractère magique et inexplicable des parcelles et de la qualité des légumes récoltés : « c'est fabuleux », ce sont » de supers oignons », « ça pousse tout seul ». La spécificité de la localisation est accentuée par la répétition des adverbes « là-haut » et « ici » : cela souligne en outre l'éloignement de ces parcelles et la différence de conditions pédoclimatiques avec « ici », la plaine du Roussillon où exerce le locuteur. Le pépiniériste propose une explication tenant au climat et à la fraîcheur des nuits en altitude, y compris en été. Notons cependant que cette fraîcheur est évaluée non pas suivant des températures chiffrées mais suivant des sensations, d'étouffement et de bien-être et, de ce fait, suivant un point de vue subjectif : l'atmosphère est « meilleure » et moins étouffante. Comme il le dit par la suite, ces conditions permettent de « maintenir assez frais » le sol, ce qui est favorable à la culture de légumes et d'oignons de Toulouges.

Dans ces deux extraits, les terrains en montagne font l'objet d'une représentation teintée de magie et forgée par des perceptions gustatives et visuelles, des sensations. La relation au sol, au climat, à l'espace de culture est moins productive, économique et rationnelles que sensibles et individuelle.

#### **4.2.3.3 La signification sociale de la culture d'oignons de Toulouges et de BBZ**

Cultiver la BBZ et l'oignon de Toulouges revêt également une signification sociale et ce, pour deux raisons.

L'orientation vers ces écotypes dépend, tout d'abord, d'interactions sociales, notamment au sein de la sphère familiale. Cultiver l'oignon de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est perçu comme une tradition familiale : des maraîchers originaires du secteur et nés de parents agriculteurs signalent cultiver l'écotype dans le prolongement de leurs parents.

*« La spécificité de l'oignon de Toulouges, c'est que c'est une culture qui est... fin, moi, j'ai toujours connu ça, depuis petit. Mes parents en faisaient. » (M34)*

*« Je dirais qu'il était déjà depuis toujours cultivé chez nous. En fait, avant, ma famille faisait des oignons et des bulbilles aussi. Je dirais que je l'ai toujours connu, le birnenförmige. » (M38)*

Avoir toujours constaté ces écotypes sur l'exploitation familiale, ces deux maraîchers en perpétuent la production.



Le second témoin de cette signification sociale est lié au fait que cultiver ces écotypes s'apparente à une norme sociale. Dans les deux extraits précédents, la culture d'écotypes est poursuivie dans la lignée familiale, de manière quasiment automatique : comme leurs parents en faisaient, ils se sont orientés vers cette production. Cultiver l'oignon de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est une habitude voire une norme tacite véhiculée au niveau local et familial et les érigeant en une « culture obligatoire ».

*« L'oignon de Toulouges, c'est une tradition. Y en a, je pense, qui sont dans la reproduction. Quand t'es fils d'agriculteur, que ton père faisait de l'oignon de Toulouges, tu vas pas aller faire du Morada d'Amposta [une autre variété d'oignon], c'est normal quoi. [...] Au final, c'est simplement normal, y a même pas de questions qui se pose. » (M5)*

Cet enquêté originaire de la région parisienne reprend, en 2018, une exploitation de deux hectares à proximité de Perpignan. Il découvre l'oignon de Toulouges sur les marchés mais décide de ne pas en produire, faute de plants certifiés bio si bien que, régulièrement, des clients lui demandent pourquoi il n'en fait pas. D'après lui, produire de l'oignon de Toulouges est une obligation tacite pour les maraîchers, une norme quasiment intériorisée : un paradoxe pour une production qui *a priori* ne semble que très peu normée du fait de sa forte atomisation et de l'absence de cahier des charges écrit.

*« Parce que si t'as pas d'oignons rouges sur le stand, on va presque t'engueuler [rires]. C'est la culture obligatoire. » (M2)*

Cette maraîchère évoque en souriant la réaction possible de clients si, sur un marché, un vendeur de légumes ne propose pas d'oignons de Toulouges. Aussi a-t-elle cherché à en cultiver dès son installation en 2018. Si l'on en croit ces citations, tout se passe comme si chaque maraîcher se devait d'en proposer durant l'été.

À Bamberg, le fait que les maraîchers ne signalent pas tirer une plus-value de la BBZ suggère l'existence d'une norme sociale similaire. Cette obligation moins formelle que tacite peut apparaître comme une contrainte mais peut également être vectrice de cohésion et d'identité socio-professionnelle. Elle lie les acteurs à la population et contribue indirectement au maintien de la filière locale. Autrement dit, la production d'écotypes locaux dépourvus de label se maintiendrait grâce à des normes tacites et à une forte valeur identitaire. Les

marâchers auraient une responsabilité tacite confiée par la population et par leurs familles à perpétuer la production.

### **4.3 CONCLUSION : UN ENTREMÊLEMENT DE SIGNIFICATIONS MANIFESTÉ PAR LE CHOIX DES VARIÉTÉS D'OIGNONS**

Le choix des variétés par un producteur et, en particulier d'écotypes locaux, peut ainsi se comprendre en considérant la signification sociale, sensible et économique accordée à la production d'oignons.

Si une lecture économique est privilégiée, elle peut donner lieu à des décisions contradictoires. L'oignon jeune peut tantôt être rejeté du fait des coûts de production qu'il entraîne, tantôt être plébiscité du fait de la potentielle plus-value au moment de la vente. De même, la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* sera rejetée du fait d'une moindre perspective de plus-value mais choisie si son rendement est le critère envisagé. Enfin, l'oignon de Toulouges pourra être privilégié du fait de la demande locale et de la perspective de valeur ajoutée en dépit des coûts supplémentaires en main d'œuvre, en semences, de l'indisponibilité de plants et du résultat aléatoire et hétérogène de la production. Le remplacement croissant de l'oignon de Toulouges par du Fireking suggère, de ce fait, que la deuxième option prévaut.

Intégrer des considérations économiques dans son arbitrage donne, de ce fait, lieu à des décisions contradictoires. Le choix opéré par un producteur peut ainsi se comprendre par la signification sensible et sociale qu'il accorde aux variétés. La première se manifeste par l'évocation des caractéristiques organoleptiques de cet oignon et par celle de l'adaptation. Des observations empiriques permettent au producteur d'évaluer la résistance et le rendement des variétés : il corrèle les résultats avec les caractéristiques de ses parcelles et s'orientent ainsi vers les variétés dont les résultats sont jugés les plus probants. La signification sociale se manifeste quant à elle par le rôle de la sphère familiale dans la perpétuation de cette culture et par le caractère normatif de cette dernière.

Dès lors, le choix d'une variété peut se comprendre à partir de cette tension entre ces trois significations, suivant l'importance accordée à chacune d'elles dans le discours de l'acteur. Il ne s'agit pas nécessairement d'un arbitrage conscient ou explicite notamment dans le cas d'un écotype local dont la culture constitue une norme sociale et familiale tacite.

## 5 CONCLUSION DU CHAPITRE 4 ET DISCUSSION

En définitive, ces trois significations permettent de comprendre les discours au sujet de la culture d'oignons et les pratiques déployées par les acteurs. La production d'oignons revêt une signification sensible, sociale et économique pour les acteurs qu'elle implique. L'analyse des entretiens montre que ces trois significations sont, en permanence, entremêlées dans les discours. Si l'une peut prévaloir, cela n'exclut pas la présence des deux autres. L'analyse du choix des variétés et du rapport au désherbage met en évidence cet entremêlement de significations sociales, sensibles et économiques accordées à la culture de l'oignon.

La signification économique s'est avérée centrale dans les discours. La culture de l'oignon est vue comme ayant une finalité économique : le produit doit être valorisé sur le marché et fournir un revenu au producteur. La production de la graine, du plant et de l'oignon s'apparente à une division du travail où chaque acteur dispose de compétences et de tâches propres. De même, le contexte économique global est très régulièrement évoqué et fait l'objet de représentations ambivalentes. La libéralisation du marché, la concurrence étrangère et l'inflation des prix des matières premières préoccupent les enquêtés tandis que la promotion du bio et des circuits courts est vue plus positivement, comme une opportunité à saisir.

La signification sensible transparait par la place de l'incertitude dans les discours : cette incertitude concerne le contexte économique, l'accès à des débouchés et, sur un autre plan, les écosystèmes, le climat, la pousse de l'oignon. Le producteur est incapable de déterminer ses pratiques à l'avance. Il est constamment tenu de s'adapter, d'expérimenter, de faire évoluer ses pratiques en fonction de ce qu'il observe, de ce qu'il perçoit. La culture d'oignons est ainsi associée à des perceptions visuelles et tactiles, à des sensations et mobilise les cinq sens. Compte tenu de cette incertitude, de la nécessité d'un suivi et d'une adaptation permanente, le producteur noue un rapport personnel et sensible à sa production, ce qui permet de comprendre la personnification du produit et les émotions et les affects transparissant dans les discours.

La signification sociale se manifeste par l'évocation d'une large sphère d'acteurs, de leurs interactions et des normes qu'ils véhiculent. La diffusion des pratiques culturelles et leur adoption dépendent étroitement des relations sociales nouées par les acteurs : les échanges oraux entre pairs et au sein de la famille sont déterminants. Plus largement, les pratiques

culturelles font l'objet d'échanges avec des conseillers techniques, des acteurs associatifs, des fournisseurs d'intrants et des chercheurs. Ces pratiques peuvent prendre la forme de normes dès qu'elles font figure de règles implicites et explicites suivies par plusieurs maraîchers. La norme offre, sur ce point, une clé de lecture stimulante pour comprendre les pratiques mises en place pour produire de l'oignon.

## **5.1 L'INCORPORATION : DISCUSSION SUR L'ENTREMÊLEMENT ENTRE SIGNIFICATION SENSIBLE SOCIALE**

Ce chapitre se clôturera sur une discussion au sujet des résultats présentés. Il s'agit d'approfondir ces derniers en les mettant en perspective avec la recherche contemporaine sur l'agriculture et l'alimentation.

Le premier point de discussion concerne l'entremêlement des significations sensibles et sociales. Je montre en effet que les interactions sociales et les perceptions sensibles éclairent de manière complémentaire les pratiques culturelles des acteurs.

La mise en évidence de cet entremêlement présente un intérêt théorique en remédiant à une tendance de la recherche contemporaine à aborder ces trois registres de sens de manière distincte (cf. Partie 2, 4). Comme indiqué en introduction, l'analyse croisée de ces significations est rare et provient, notamment, du champ de recherche sur les savoirs et savoir-faire en agriculture. Ce champ d'étude en SHS ayant un écho croissant depuis les années 2000 questionne l'origine, l'objet et les modalités de diffusion des savoirs et savoir-faire. Bien que les concepts de savoirs et de savoir-faire n'aient pas été mobilisés au profit de ceux de pratiques, de représentations et de perceptions, les conclusions de ces travaux entrent en écho avec les résultats de l'enquête et permettent leur approfondissement.

Les travaux témoignent de l'imbrication d'éléments sensibles et sociaux dans les pratiques déployées par les agriculteurs (Moity-Maïzi & Muchnick, 2002 ; Caplat, 2016 ; Foyer, 2018 ; Compagnone *et al.*, 2018). Les chercheurs s'appuient, pour ce faire, sur la notion d'« incorporation » (Akrich *et al.*, 2006) qui désigne « l'augmentation de la compétence individuelle et collective des agriculteurs·trices » (Alarcon, 2018 : 255).

Trois particularités des savoirs incorporés entrent en résonance avec ce qui a été observé durant l'enquête.

La première concerne la diversité des savoirs et savoir-faire qu'incorporent un agriculteur en fonction :

- De leur nature plus ou moins théorique ou pratique ;
- De leur transmission orale ou écrite, verticale ou horizontale ;
- De leur objet : l'utilisation d'un outil, une date ou un mode de plantation, un système de désherbage, l'optimisation du calendrier ou de la valeur ajoutée économique ;
- Des acteurs qui participent à leur diffusion : pairs, acteurs techniques et scientifiques ;
- De leur mode de transmission, orale ou écrite : lectures, formations, des observations personnelles, des expérimentations, des échanges oraux.

L'enquête confirme que les maraîchers rencontrés associent une diversité de sources qu'ils assimilent, hybrident et reconstruisent.

Le deuxième aspect du phénomène d'incorporation qui est confirmé par la thèse est le fait que les savoirs incorporés ont une dimension à la fois sociale et sensible. Dans l'incorporation, la dimension sociale est liée à l'obtention de ces savoirs suite à des échanges avec d'autres acteurs, notamment au sein de groupes professionnels (Compagnone *et al.*, 2018). La dimension sensible est, elle, liée à la place des perceptions et des sensations. Ces savoirs sont saisis par les cinq sens, la vue, l'ouïe, le toucher et sont incorporés au fur et à mesure que ces perceptions se répètent (Foyer, 2018). Ces savoirs dotés d'une dimension sensible correspondent à des « savoirs expérientiels » (*ibid.*), c'est-à-dire à des « processus d'apprentissage basés sur l'expérience concrète, les affects et la subjectivité bien plus que sur la conceptualisation et l'abstraction » (*ibid.*). Les entretiens confirment cet entremêlement entre dimension sociale et sensible dans le phénomène d'incorporation et son caractère peu conceptualisé, « difficilement exprimable et verbalisable » (*ibid.*). L'analyse a en effet montré que de nombreux producteurs se fondent sur leur expérience, leur « feeling » (M28) pour cultiver l'oignon, c'est-à-dire que l'appropriation de pratiques, de savoirs n'est ni n'est conscientisée, ni verbalisée.

La troisième caractéristique de l'incorporation se retrouvant dans l'enquête a trait au rôle clé joué par les producteurs dans ce phénomène. L'incorporation se joue au niveau de chaque maraîcher. Les producteurs sont acteurs de la production de savoirs. Cette thèse portée, de manière croissante, par les chercheurs travaillant sur les savoir-faire en agriculture, n'est d'ailleurs pas anodine, dans la mesure où elle va à l'encontre de celle qui prévalait auparavant

et qui faisait des agriculteurs « adoptants passifs d'innovations » (Compagnone & Pribetich, 2017). L'enquête confirme, par conséquent, ce rôle des producteurs dans l'élaboration de pratiques culturelles. Aucun producteur ne cultive d'une même manière l'oignon. Aussi, l'approche compréhensive est-elle intéressante pour souligner ce point dans la mesure où elle donne la parole aux acteurs et qu'elle se fonde sur leur discours pour construire une analyse.

L'incorporation traduit, en somme, trois points étudiés dans ce chapitre : la diversité des savoirs mis en jeu, l'interdépendance entre significations sensibles et sociales et l'intérêt d'aborder les pratiques du point de vue du producteur. Le recours à cette notion d'incorporation permet la mise en perspective de l'analyse et confirme l'intérêt de cette même notion.

## **5.2 PAR-DELÀ BIO ET CONVENTIONNEL ?**

La seconde discussion porte sur la question suivante : dans quelle mesure l'opposition entre agriculture conventionnelle et biologique est-elle pertinente pour comprendre des significations différentes accordées à la production d'oignons ?

Dans la recherche en SHS, ces deux modèles d'agriculture sont associés à des conceptions différentes voire contradictoires de l'agriculture (Compagnone & Pribetich, 2017 ; Rouget *et al.*, 2021). Cette opposition paraît amplifiée par le fait que, souvent, les travaux n'étudient pas les deux modèles en parallèle mais se focalisent sur l'un d'entre eux et, en l'occurrence, il s'agit souvent de l'Agriculture Biologique.

De prime abord, l'enquête confirme ce clivage. Les maraîchers bio sont généralement critiques à l'égard de l'agriculture conventionnelle : ils cherchent explicitement à s'en distinguer et à revendiquer leur spécificité. À l'inverse, nombreux sont les maraîchers conventionnels à afficher leur scepticisme vis-à-vis de l'AB.

Néanmoins, la frontière entre AB et agriculture conventionnelle s'avère plus poreuse que celle revendiquée par les maraîchers ou apparaissant dans les travaux de recherche. Les analyses produites à propos du sens donné à la culture d'oignons dans la région de Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales amènent à la nuancer.

Afin de témoigner de la signification sociale donnée à l'oignon, j'ai montré que la culture de l'oignon allait de pair avec des échanges entre maraîchers sur les pratiques culturelles, à une

observation et à une évaluation mutuelle. Or, ces interactions socio-professionnelles dépassent le strict cadre du modèle de production. Des agriculteurs conventionnels disent s'inspirer de l'AB et, vice versa, des tenants de l'AB regardent ce que font leurs collègues en conventionnel. De plus, l'évaluation des pratiques, leur reprise ou leur rejet révèlent des lignes de partage entre producteurs qui sont irréductibles à une opposition entre AB et conventionnel. Les controverses autour du paillage s'observent, par exemple, en AB comme en conventionnel.

L'analyse de la signification sensible met, de plus, à mal cette opposition. La signification sensible se retrouve dans les discours des acteurs agricoles en bio et en conventionnel. Ils témoignent, ensemble, du caractère incertain, évolutif et instable de la culture d'oignons, du rôle de l'observation et de l'expérimentation et de la sensibilité de l'oignon. Cela rejoint la thèse de Margaux Alarcon (2018) selon laquelle les agriculteurs conventionnels sont attentifs aux plantes et aux parcelles qu'ils cultivent ; et sensibles à leur vulnérabilité.

Or, les travaux contemporains inscrits dans la lignée du « *plant turn* » (Myers, 2014) opposent fréquemment agriculture conventionnelle et ses alternatives que sont l'AB (Barbier & Goulet, 2013), l'agroécologie ou la biodynamie. Ces dernières y sont considérées comme fondées sur la prise en compte de l'incertitude et de la variabilité des écosystèmes et sur une relation sensible nouée avec la sphère végétale et non-humaine. Elles s'opposent, en cela, à l'agriculture conventionnelle dont l'enjeu est de dominer une « nature-objet » (Larrère, 2002) et de réduire l'incertitude par la recherche d'itinéraires techniques optimisés et stabilisés (*ibid.* ; Alarcon, 2018 : 219). L'enquête met en cause la pertinence d'un tel clivage. Dans cette enquête, il est difficile de distinguer un agriculteur conventionnel et un agriculteur bio suivant ces éléments.

Enfin, les parties prenantes de l'AB et du conventionnel accordent, toutes deux, une signification économique à la culture d'oignons. Cette prévalence de l'économie dans les discours des agriculteurs bio entre en contradiction avec de nombreux travaux qui tendent à minimiser voire à réfuter les enjeux économiques dans les modèles revendiquant leur opposition au productivisme. Cela vient contredire notamment les propos de Dusan Kazic qui « souhaite mettre le feu à la notion de production elle-même car elle n'existe pas dans les champs des paysans et nulle part ailleurs » (Kazic, 2022 : 85). L'anthropologue ajoute : « aucun de mes enquêtés ne réduit les plantes à des produits ou à des marchandises » (*ibid.* : 249). Il critique les travaux qui, tout en se voulant critiques à l'égard du capitalisme et du

productivisme, « accorde[nt] un pouvoir démesuré à l'Economie [et] parlent de production, de marchés ou encore de profit en se privant d'imaginer d'autres réalités » (*ibid.*). Il est possible que, chez Kazic, la mise au second plan de l'économie tienne à l'échantillon, à la grille d'entretien ou à l'engagement politique du chercheur car, dans mon enquête, les agriculteurs donnent une place importante au lexique de la production et de l'économie. Même si la grille d'entretien n'y invite pas, les questions de prix, de coûts, de rentabilité sont régulièrement mises au premier plan par les enquêtés.

L'analyse de la signification sensible, économique et sociale accordée à la culture d'oignons ne révèle donc pas un clivage marqué entre agriculture biologique et conventionnelle et ce, dans la région de Bamberg comme dans les Pyrénées-Orientales. Bien qu'elle puisse être revendiquée par les acteurs, cette opposition ne permet pas de comprendre des différences significatives du point de vue du sens donné à la culture de l'oignon. Une lecture compréhensive et prenant en compte des acteurs bio et conventionnels sans les distinguer *a priori* s'avère, de ce fait, stimulante.

Si la culture de l'oignon est dotée d'une signification sensible, économique et sociale, qu'en est-il de sa commercialisation, de sa distribution et de sa consommation ? Les travaux cités dans cette partie se focalisent, pour la plupart, sur le secteur agricole mais ne questionnent pas le reste de la filière. C'est l'objectif du prochain chapitre que d'étudier le sens donné à la vente et à la consommation de l'oignon.



## CHAPITRE 5 : VENDRE ET CUISINER L'OIGNON

Ce chapitre analyse en quoi la cuisine et le commerce de l'oignon acquièrent un sens économique, social et sensible dans les discours des acteurs. Une première partie sera consacrée à la vente de l'oignon et une seconde à sa consommation, à sa préparation à des fins culinaires.

### 1 LE MOMENT DE LA VENTE

La vente est l'étape qui, à première vue, cristallise les enjeux économiques : « la production d'un bien est un processus linéaire : le bien est produit par un agent économique puis *vendu* sur le marché. », comme l'expliquent l'économiste Olivier Aznar et ses coauteurs (Aznar et al., 2007). Dans le cas de l'oignon, la confrontation à la concurrence, la fixation du prix suivant l'offre et la demande, la planification de sa stratégie et la division du travail entre les producteurs, les expéditeurs, les distributeurs et les commerçants en témoignent.

Or, la littérature récente montre que le prisme économique ne permet pas de saisir pleinement ce qui se joue au moment de la vente de produits agricoles et alimentaires et promeut un renouvellement des questionnements et des concepts.

Des travaux soulignent l'importance des interactions sociales entre acteurs lors de la vente des produits agricoles et, en particulier, dans les circuits courts<sup>106</sup> (Lescureux, 2003 ; Pouzenc et al., 2007 ; Sarrazin, 2012 ; Bricas et al., 2013). Ces lignes du socio-économiste Bricas et de ses coauteurs (2013) sont, sur ce point, représentatives. Elles soulignent l'importance de ne pas réduire les circuits courts et la vente directe à des processus économiques et à les considérer comme des vecteurs de liens et d'interactions sociales.

*Faire ses courses au marché ou au magasin de son quartier, passer un contrat avec un producteur pour s'abonner à un panier ont pour enjeu non pas seulement de garantir la qualité de ses aliments, mais aussi de retrouver du lien social avec les producteurs et avec son voisinage. Le marché n'est bien sûr pas que le lieu de*

---

<sup>106</sup> Un circuit court est défini par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation comme « un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire. » (Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 2009). La vente directe est une catégorie de circuits courts qui regroupe la « vente à la ferme, [...] vente collective, [...] vente sur les marchés, [...] vente par correspondance, [...] vente organisée à l'avance (AMAP) » (*ibid.*)

*confrontation entre l'offre et la demande chères aux économistes. Le marchandage n'est pas non plus seulement un moyen d'ajuster le prix en fonction du rapport de force entre vendeur et acheteur. Marchés et marchandage sont des institutions d'interactions sociales, des espaces de rencontre, de circulation d'informations, d'ajustements entre les acteurs économiques ainsi qu'entre les membres de la communauté qui les fréquentent. On vient au marché, voire au supermarché, non pas seulement pour acheter, mais aussi et parfois surtout pour s'informer de l'offre, des prix, des nouveaux produits, et plus généralement des événements de son entourage plus ou moins proche. Comme le journal quotidien, qui n'a de sens que s'il est lu en même temps par tout le monde et qui « synchronise » ses lecteurs, le marché met en phase ceux qui le fréquentent, il rythme la communauté. (Bricas et al., 2013)*

Les auteurs ne réfutent pas la dimension économique du commerce d'oignons mais défendent une approche élargie, prenant en considération le lien social qui se noue sur un marché à travers le « marchandage », les négociations, la régularité des visites, les rencontres et l'échange d'informations.

Des auteurs ont développé des thèses similaires à partir de la notion de proximité. La proximité géographique et « organisationnelle »<sup>107</sup> entre un producteur et un acheteur, qu'il soit consommateur ou intermédiaire, motive l'achat. Elle participe à l'émergence d'une confiance entre les acteurs voire de relations interpersonnelles et durables (Prigent-Simonin & Hérault-Fournier, 2005 ; Hérault-Fournier, 2013 ; Baritoux & Chazoule, 2018). Cette confiance est alors définie comme « la croyance dans la crédibilité et l'intégrité du circuit de vente directe dans lequel le consommateur réalise ses achats » (Hérault-Fournier, 2013) et favorise, à terme, la fidélisation de la clientèle.

Dans une autre perspective, des travaux suggèrent la signification sensible de la vente de produits agricoles et alimentaires. L'anthropologue Dusan Kazic souhaite « animer les plantes et les faire rentrer dans le jeu du commerce » (Kazic, 2022 : 145). Pour lui, on commerce en

---

<sup>107</sup> La proximité a donné lieu à des notions dérivées. Citons celle de « proximité perçue » (Hérault-Fournier, 2013) qui souligne la part de subjectivité dans l'appréhension de cette proximité ; et la distinction entre proximité géographique et organisationnelle proposée par l'économie de la proximité (Torre et Gilly, 2000 ; Torre, 2009). La première est évaluée suivant des critères kilométriques et se fonde sur une distance réduite spatialement entre les acteurs. La seconde se fonde sur des liens sociaux favorisant la coordination des acteurs (Alarcon, 2018 : 223).

« animant les légumes » (*ibid.*). Il prend de la distance avec le lexique économique attaché au néolibéralisme et au marxisme. La vente et la commercialisation sont remplacées par le « commerce », les marchés par « lieux de commerces » et les plantes ne sont pas qualifiées de marchandises ou de produits. Au contraire, Kazic développe une approche alternative. Sur un marché, le légume a une « envie de séduire » (*ibid.* : 135). Il s'appuie, pour ce faire, sur « sa propre histoire » (*ibid.* : 137) et sur ses atouts : le goût est alors considéré comme une « compétence de la plante » (*ibid.*). Cela transparaît dans les discours des acteurs lorsqu'ils personnifient les plantes, les qualifient de belles ou de moches et cherchent à « raconter des histoires sur les êtres que l'on vend, c'est-à-dire les animer pour mieux les vendre » (*ibid.* : 123). Il revient, dès lors, au chercheur de montrer la relation animée aux plantes au moment de leur mise en commerce. Pour reprendre le lexique utilisé dans ma thèse, Dusan Kazic défend la signification sensible donnée aux plantes au moment de leur vente.

Il en résulte que les trois significations économique, sociale et sensible accordées à la vente d'oignons sont relativement distinctes.

Cette partie amène à discuter la pertinence de cette distinction et aborde, pour ce faire, suivant une approche transversale et compréhensive le commerce d'oignons. Elle se structure autour des questions suivantes : quel sens les acteurs donnent-ils à l'oignon lors de sa vente ? Est-il uniquement d'ordre économique ou se double-t-il d'une signification sensible et sociale ? Aussi, dans quelle mesure ce sens éclaire-t-il la compréhension du choix de tel ou tel oignon par les acteurs ?

Cette partie se scinde en deux sous-parties. Dans une première (cf. 1.1), l'attention est portée au sens économique que revêt la vente de l'oignon. Cette signification se manifeste lorsque l'alliée est perçue comme vouée à être vendue : il s'agit, pour ainsi dire, de sa seule finalité. Cela se traduit par une division du travail entre les acteurs de la filière et par un calcul économique pour décider du mode de commercialisation optimal pour un producteur. Cette signification économique est cependant indissociable d'une signification sociale et sensible (cf. 1.2). L'entremêlement de sens se manifeste dans les relations entre les producteurs et les intermédiaires que sont les grossistes, les expéditeurs ou les commerçants. Il se manifeste dans les discours à propos du marché de gros de Perpignan : ce lieu, les interactions qui y prennent place et les ventes d'oignon qui s'y réalisent ont un fort sens social et économique. Je montre, enfin, que cet entremêlement se retrouve dans les discours à propos de la vente directe d'oignons, quand le producteur est en relation directe avec le

consommateur. Ce type de vente a une signification à la fois, sensible, économique et sociale. Le chapitre se conclut par une discussion autour des apports d'une lecture compréhensive pour appréhender autrement que de façon segmentée la vente de produits agricoles et alimentaires (cf. 1.3).

## **1.1 UNE LECTURE ÉCONOMIQUE**

### **1.1.1 Un produit voué à être vendu à un client : l'enjeu du calibre**

La vente endosse un sens économique lorsqu'elle est considérée comme la finalité de l'oignon. Il est alors voué à être vendu à un client qu'il est réputé satisfaire. La satisfaction du client paraît un objectif économique crucial car si le produit ne répond pas aux attentes, cela a des incidences directes sur le chiffre d'affaires de l'exploitation. Dans cette partie, je montre comment cette conception se manifeste dans les discours et puis analyse, pour cela, des discours à propos du calibre de l'oignon. La question est la suivante : en quoi la taille d'un oignon a-t-elle une signification économique pour les acteurs ? Cette focale s'avère stimulante pour comprendre la représentation économique de l'oignon dans le cadre de sa vente.

En préalable, notons que le client est prégnant dans les discours. Le terme et son équivalent allemand « *Kunde* » sont apparus respectivement 167 et 54 fois dans les entretiens menés dans les Pyrénées-Orientales et dans la région de Bamberg. Le terme est, certes, mentionné par des restaurateurs mais s'est avéré particulièrement fréquent chez les maraîchers pour lesquels les clients sont, par exemple, des particuliers, des restaurateurs, des expéditeurs, des grossistes et des commerçants.

Montrons à présent en quoi le calibre acquiert une importance économique au moment de la vente d'oignons. Chaque calibre fait l'objet de représentations contrastées et a ses avantages et ses inconvénients d'un point de vue économique. Un petit oignon est associé à une vente plus aisée mais est synonyme d'un moindre volume et, par voie de conséquence, d'un moindre chiffre d'affaires. De même, un gros calibre représente un plus grand volume, est plus pratique à utiliser pour les restaurateurs mais est jugé trop gros par les clients particuliers. Ces deux extraits témoignent de cette ambivalence.

*« Cette année, nos oignons étaient trop gros, je devais les vendre à des restaurants. Pour le marché, je vends les plus petits. Cette année, c'est comme ça, il y a beaucoup de gros, beaucoup de gros.[rires] À cause du temps. » (M35)*

*« On n'a pas pu les avoir gros, on a fait avec des petits. C'est toujours pareil, y a l'économie : plus y a de tonnage, plus on gagne. Donc, les moyens-petits, ça vaut rien pour nous. Donc, on essaye de les faire un peu gros. Pas trop non plus parce qu'après, les gens, ils aiment pas. Après, voilà. [...] forcément. Vous savez, ça, le travail, c'est pour gagner... sinon on travaille pas. Forcément que l'économie, elle compte. Oui, obligatoire. » (M17)*

Les locutrices sont des maraîchères installées au sud de Bamberg, pour la première, et à proximité de Perpignan pour la seconde. Toutes deux ne se satisfont pas de leur récolte de l'année : « Cette année, nos oignons étaient trop gros » tandis que la seconde déplore : « on n'a pas pu les avoir gros, on a fait avec des petits ». Les oignons étaient donc trop gros pour l'une et trop petits pour l'autre.

Ce résultat est décrit comme déterminé par des éléments extérieurs, indépendants de leur volonté. La première ne peut que constater les calibres obtenus et l'explique par la météorologie (« *Wetter* »). La seconde fait le constat inverse, d'oignons petits, sans donner d'explications : le fait d'avoir « essay[é] de les faire un peu gros » et de n'avoir, malgré cela, « pas pu les avoir gros » suggère son impuissance à obtenir la production espérée et son insatisfaction.

Le schéma de vente est adapté à la récolte et surtout aux préférences des consommateurs. Le calibre est, dans ces conditions, un enjeu économique. Toutes les deux s'accordent sur le fait que les particuliers préfèrent les petits calibres. La maraîchère allemande privilégie ce type d'oignon sur le marché de plein vent et vend les plus gros à des restaurateurs. La seconde, bien que faisant le même constat, regrette cette préférence. « Les gens » a, en tant qu'ensemble indistinct d'individus, une connotation négative : elle exprime un mépris ou, du moins, un regret à l'égard du choix de ces « gens ».

L'oignon se vendant au poids, un petit calibre entraîne un moindre chiffre d'affaires. Le bénéfice serait même quasi nul en cas de petit calibre : « les moyens-petits, ça vaut rien pour nous ». La valeur en question est ici économique et monétaire. Cette signification économique est, pour elle, une évidence comme le prouve la répétition de « forcément » et

« vous savez ça » qui signifie que je suis censée partager son point de vue. « Gagner » est la finalité du travail agricole. L'objet de ce gain n'est pas précisé mais consiste implicitement en de l'argent. L'absence de gain remet en cause la pertinence-même du travail. « L'économie » est désignée comme une composante « obligatoire » de son activité, un principe à suivre. Son poids est amplifié par l'antéposition du terme dans la phrase.

Dès lors, la culture d'oignons est doublement contrainte, par les éléments extérieurs tels que le climat et par des éléments rattachés à l'économie : la demande des clients, la réalisation d'un chiffre d'affaires et d'un bénéfice. L'économie dicte sa loi.

Prenons un troisième exemple qui confirme que les calibres d'oignons représentent un enjeu économique pour le producteur. Une maraîchère cultivant de l'oignon de Toulouges explique que, sur son stand, sur un marché des Pyrénées-Orientales, ses oignons de Toulouges « sont très gros » (M11) mais concède que les gros calibres ne sont pas sans poser problème : « Le problème, c'est qu'il faut être une famille nombreuse ou bien leur dire : vous le coupez, vous mettez du cellophane... » (M11). D'après cette maraîchère, un gros oignon ne sera potentiellement pas choisi par un client qui craindra de ne pas pouvoir le manger en entier et donc d'en gaspiller.

L'analyse de l'évocation du calibre dans ces trois entretiens montre que la satisfaction des clients est liée, en partie, à la taille de l'oignon qui dès lors acquiert une importance économique pour les producteurs. Le calibre conditionne fortement l'achat par le client et, par voie de conséquence, la réalisation d'un chiffre d'affaires par le producteur.

### **1.1.2 Division du travail : « le temps, c'est de l'argent » (M34)**

Cette signification économique que revêt la vente d'oignons se manifeste en outre par la division du travail qui semble régir les relations entre les acteurs concernés par cette vente. S'il ne se fait pas en vente directe, le commerce de l'oignon mobilise des intermédiaires : des grossistes, des expéditeurs, des distributeurs. Il en résulte un partage des tâches entre ces acteurs qui s'apparente à une division du travail : le producteur se spécialise dans la production d'oignons et délègue leur vente à un autre acteur. Cette division des tâches est motivée par des raisons organisationnelles et économiques : il s'agit de gagner du temps et, par là, de l'argent.

*« Moi, je vends la palette. Le grossiste, il va vendre une palette à l'un, une caisse à l'autre, une palette à l'autre. Il se débrouille. Moi je peux pas batailler avec des*

*gens comme ça. Je discute avec un gars qui les vend et voilà comment il fait. On va pas appeler tel Intermarché ou telle boutique. Il va me dire : amène moi deux caisses d'oignons et trois caisses de ... non, ça marche pas. C'est trop de perte de temps. » (M28)*

Depuis son installation dans les années 1980, ce maraîcher vend ses oignons à des grossistes. Il décrit le rôle de chacun : lui, vend la palette à un grossiste qui la répartit ensuite entre ses clients. La vente et la recherche d'acheteurs sont assimilées à des contraintes et à des difficultés, en témoigne l'emploi du lexique de l'effort et de phrases négatives : « perte de temps », « ça marche pas », « je peux pas batailler ». L'usage du futur proche et du présent à valeur d'habitude montre que cette difficulté ne fait pas de doute : « il va vendre », « il va me dire », « ça marche pas ». La reproduction de scènes par l'emploi du discours direct et l'évocation de différents acteurs illustrent la complexité à laquelle le locuteur associe la vente.

Il y a un partage des tâches entre les acteurs : chacun a des missions. Le locuteur ne regarde pas ce que fait le grossiste qui se « débrouille » et trouve ses acheteurs. Ces derniers ne sont pas connus du locuteur, comme le montre leur désignation par « l'un » et « l'autre ». Les acteurs en jeu sont dépersonnalisés : ils sont désignés par des termes indéfinis ou par leur activité : il s'agit de « tel Intermarché ou telle boutique », d' « un gars », de « gens comme ça ». Le locuteur ne met pas en avant une proximité avec ces acteurs : leur relation est indissociable du processus de vente. Ce discours donne ainsi à voir une division du travail entre un maraîcher et un grossiste.

Cette division du travail transparait également dans le discours de ce maraîcher installé dans les Pyrénées-Orientales et qui vend, lui-aussi, ses oignons à un grossiste.

*« [X, un hypermarché], je l'avais en direct avant mais, j'ai arrêté de le servir en direct parce que, bon, y avait un côté, au niveau logistique. Parce que c'était assez compliqué d'aller livrer au quotidien. Donc, j'ai un grossiste qui travaille avec [X], qui livre tous les jours là-bas. Et je... c'est lui qui les livre. Donc, j'ai un peu rogné sur ma marge mais l'un dans l'autre, le temps que je perds pas à aller livrer, à attendre parce que y a un semi ou un truc qui décharge sur [X]. Je m'y retrouve parce que je vends moins cher du kilo mais le temps, c'est de l'argent. Et puis, c'est un client qui m'a fait connaître, par ailleurs, beaucoup d'autres clients. Donc, l'un dans l'autre, j'ai arrêté par souci pratique. » (M34)*

Après l'avoir fait lui-même pendant plusieurs années, il décide de passer par un grossiste pour livrer ses oignons à des supermarchés de l'agglomération perpignanaise. Le gain de temps rend avantageux ce nouveau système. À l'instar du précédent interrogé, il associe la livraison des supermarchés à de la complexité et à une perte de temps : « c'était assez compliqué d'aller livrer au quotidien ». Ce temps a, d'après lui, une valeur économique. C'est pourquoi il reprend le dicton, « le temps, c'est de l'argent ».

Ce discours présente, cependant, deux différences avec le précédent extrait. Tout d'abord, la relation avec le grossiste n'est pas d'ordre uniquement économique. Certes, l'acteur est désigné par son activité de grossiste et par le terme « client » mais, leur relation semble plus ancienne et étroite étant donné que « c'est un client qui [lui] a fait connaître par ailleurs beaucoup d'autres clients ».

Il note, en second lieu, les inconvénients d'une division des tâches avec un grossiste, toujours en des termes économiques. Il concède avoir « rogné sur [s]a marge » et « vend[...] moins cher du kilo ». Dans la suite de l'entretien, il déplore l'écart entre le prix auquel il vend ses oignons au grossiste et le prix constaté sur les étals des supermarchés. Tandis qu'il dit vendre au grossiste ses oignons de Toulouges « en dessous des 2€. La moyenne, c'est 1€50 » (M34), il note :

*« [Dans les supermarchés,] vous le retrouvez systématiquement à minimum, un peu moins de 4€. Ça, c'est le moins cher. À [X], ils sont à 3,90, un truc comme ça. Et ils ont déjà fait la culbute deux fois. Ça, c'est normal. C'est le tarif syndical, c'est ça. L'Histoire du monde, c'est la production qui est... qui est lésée et le consommateur qui pourrait payer les choses bien moins cher. » (M34)*

L'enquête constate que les oignons de Toulouges sont disponibles dans les supermarchés à environ 4€, soit 2 à 2,5€ de plus que ce qui lui a été payé. Le supermarché a, de plus, augmenté ses prix à deux reprises : « ils ont déjà fait la culbute deux fois ». Or, il déplore plus que ne critique ce fonctionnement : le ton n'est pas polémique. La situation paraît une fatalité sur laquelle il n'a pas de prises : « c'est normal, c'est le tarif syndical ». Ce constat de la marge faite par les intermédiaires et la grande distribution l'amène à une conclusion, recourant à un présent de vérité générale et empreinte d'un ton pathétique. « L'Histoire du monde » qu'il mentionne s'apparente à un mouvement global et inéluctable, se poursuivant quoi qu'il advienne et qui oppose dans un rapport de force « la production » à laquelle il se rattache,



« le consommateur » et, vraisemblablement, la distribution. Les deux premières font figure de victimes. Les producteurs ne touchent pas une grande partie du prix de vente d'un produit dont ils sont à l'origine et les consommateurs paient plus cher du fait de la marge de la grande distribution. Ce propos peut être éclairé par la conception marxiste de l'Histoire. D'après Marx, l'économie et l'opposition entre prolétariat et bourgeoisie sont les moteurs de l'Histoire (Marx, 1895 ; Hottois, 2005). Cette dernière se comprend comme un rapport de forces entre ces deux parties où l'un est le dominé et l'autre le dominant. Le consommateur et la production constituent, pour ainsi dire, le dominé. La référence à Marx faite ici permet de souligner l'omniprésence de l'économie dans le discours de l'enquêté au point qu'elle influe sur sa représentation de l'Histoire et de la vente d'oignons.

Ces deux enquêtés témoignent des avantages et des inconvénients d'une division du travail pour assurer la vente de leurs oignons. Le partage des tâches avec le grossiste permet un gain de temps tout en ayant un coût et en diminuant le chiffre d'affaires du producteur. Le choix de ce mode de commercialisation résulte, par conséquent, d'un arbitrage économique en termes de coût et d'avantage et a une signification économique.

Dans cette perspective, le choix de la vente directe se révèle être l'objet d'un arbitrage où sont considérés des coûts et des bénéfices et a donc un sens économique dans le discours des acteurs.

### **1.1.3 Le choix de la vente directe : un arbitrage économique en termes de coût et d'avantage**

La vente directe de légumes et d'oignons fait l'objet d'une lecture économique où l'enjeu est d'estimer ses avantages et ses inconvénients et de faire un arbitrage en fonction de ces éléments. Sont considérés les coûts de main d'œuvre, de production et les bénéfices attendus. Trois extraits illustreront les arbitrages économiques qui orientent ou non vers la vente directe.

*« Au début, en plus des supermarchés, on voulait faire le marché, c'était une option. Mais tu as besoin de plus d'ouvriers : 2-3 personnes, uniquement pour le marché. Moi, tout seul, je ne pouvais pas faire la production, vendre aux supermarchés et faire le marché. C'était trop. » (M36)*

*« C'est un triste constat mais il m'arrive de m'apercevoir que ça me coûte moins cher d'acheter le produit que de le produire moi-même. » (M29)*

Le premier extrait est issu d'un entretien avec un maraîcher bambergéois qui ne vend pas directement à des particuliers mais à des supermarchés. La présence sur le marché de plein vent de Bamberg a été imaginée et a donné lieu à un arbitrage : « c'était une option ». Bien que cette option corresponde à sa volonté (« on voulait faire le marché »), elle n'a pas été retenue du fait du temps qu'implique ce type de vente et de son incapacité à assurer l'ensemble des tâches lui-même. Il estime les besoins en main d'œuvre à « 2-3 personnes » mais l'embauche de ces derniers n'est pas envisagée. Il décide donc de privilégier la vente à vingt supermarchés dans un rayon de cinquante kilomètres autour de Bamberg : « les prix sont meilleurs » et « pour nous, c'est la meilleure option, parce que quand tu produis en relativement grande quantité et que tu dois avoir un peu moins de travail, c'est pratique : tu atteins plus de personnes d'un coup. ». Le choix de la vente directe ne résulte donc pas uniquement d'une volonté. Il fait entrer en ligne de compte des éléments économiques tenant au coût de la main d'œuvre, au temps de travail nécessaire et au bénéfice potentiel.

La deuxième citation reprend les mots d'un maraîcher installé dans les Pyrénées-Orientales et pratiquant la vente directe. Il gère trois magasins où il propose les légumes de son exploitation et d'autres achetés chez des grossistes. Or, il constate que la vente de sa propre production est régulièrement moins avantageuse que la revente. Le coût d'achat des produits à revendre est jugé inférieur aux coûts inhérents à une autoproduction : le prix de vente étant le même, le bénéfice sera supérieur en cas de revente. Cette situation qu'il regrette l'amène à modifier son schéma de vente, comme il l'explique lors de l'entretien : il continue la vente directe et donne une place accrue à la revente. Cette part pourrait s'accroître à son départ en retraite qui devrait avoir lieu dans les cinq ans suivant l'entretien. Sa fille s'occupera des magasins et non de l'exploitation qui n'a pas, pour le moment, de repreneur. Si cela demeure ainsi, les magasins feront exclusivement de la revente.

Les deux locuteurs mettent en évidence les limites de la vente directe du fait des coûts de main-d'œuvre et de production qu'elle représente. Ce maraîcher bambergéois, responsable d'une exploitation familiale reprise à son père, insiste, quant à lui, sur les avantages de ce modèle de vente :

*« Ici, nous disons que la vente directe est importante pour les clients. Parce que, simplement, c'est frais, tous les jours, nous les cueillons tôt et le midi, c'est vendu. Donc, pas de long chemin. Et aussi le prix. En fait, si nous vendons directement, c'est mieux naturellement. Il n'y a pas d'intermédiaires, de grossistes et nous*

*gagnons l'argent nous-mêmes. C'est aussi pour le client de la fraîcheur et de la qualité. » (M39)*

La vente directe a, d'après le locuteur, des avantages pour le client et pour le maraîcher. Elle est appréhendée à travers une comparaison explicite : les adverbes comparatifs « mieux » et formules négatives ou, au contraire, positives montrent que le locuteur compare ce modèle à ce qui n'en relèverait pas. Il se positionne en faveur de la vente directe et justifie son choix en adoptant un ton argumentatif : ses explications sont mises en évidence par l'emploi de connecteurs logiques et de conjonctions de coordination et de subordination. La deuxième personne du pluriel et le déictique « ici » (« hier ») montrent que le point de vue est celui revendiqué au sein de l'exploitation, par lui et par ses parents.

La vente directe présente deux principaux avantages. Le premier consiste à garantir des produits frais qui satisfont les clients. La fraîcheur des produits est soulignée à plusieurs reprises : cueillette quotidienne, vente immédiate, faible distance entre le lieu de récolte et de vente. La vente directe est, de fait, synonyme de « fraîcheur » (« Frische ») et de « qualité » (« Qualität ») qui sont deux termes généraux très utilisés dans le secteur agricole et alimentaire pour valoriser les produits (Wilking, 2013). Le second avantage concerne l'augmentation de la marge et celle du bénéfice de l'exploitation. Cette motivation apparaît dans un second temps mais est autant développée par le locuteur. L'ensemble des revenus tirés de la vente revient au producteur et n'est pas partagé avec des intermédiaires. C'est un facteur d'indépendance pour le maraîcher, ce qui est souligné par la prégnance du pronom « nous » et par l'opposition avec les « intermédiaires » et les « grossistes ».

Chez ces trois maraîchers, la vente directe est envisagée à travers un arbitrage économique en termes de coût et d'avantage. Il en résulte une représentation ambivalente de la vente directe : elle est, tantôt, un vecteur de plus-value, d'autonomie et de produits plus frais et, tantôt, un système chronophage induisant d'importants coûts de production. Le caractère positif ou négatif de représentation de la vente directe n'est pas corrélé avec le modèle de vente choisi par le locuteur. Le regard sceptique porté sur la vente directe est le fruit d'un producteur engagé en vente directe et d'un qui ne l'est pas. C'est néanmoins un producteur qui la pratique qui est le plus laudatif.

Si les producteurs ont une représentation ambivalente de la vente directe suivant les coûts et les bénéfices qu'elle apporte à leur exploitation, qu'en est-il des acteurs non agricoles et qui,

de ce fait, ne pratiquent pas ce type de vente ? De nombreux acteurs ont abordé durant l'enquête ce mode de vente. Quel sens lui donne-t-il, dans ces conditions ?

*« Des circuits courts... y en a beaucoup ... après, y a plusieurs choses. Y a déjà que ce sont des systèmes très chronophages. On voit bien que ce sont des systèmes qui intéressent les jeunes mais avec des conditions de vie qui peuvent être assez pénibles. Donc ça interroge sur la viabilité de tout ça. Et puis moi, j'ai pas trop les chiffres en tête mais quand j'échange sur ça avec les collègues de la chambre, ils mettent en avant que le bassin de population est pas non plus hyper gros autour de Perpignan et que, du coup, il sera pas en capacité d'absorber l'intégralité de ce qui est produit localement. » (CH1)*

Cette chercheuse rattachée à une station expérimentale dans les Pyrénées-Orientales adopte un ton didactique pour analyser la situation contemporaine des circuits courts autour de Perpignan et s'interroger sur son évolution dans une optique prospective.

La désignation des circuits courts comme des « systèmes », la rareté du pronom « je » et l'utilisation du pronom « on » pour exprimer son point de vue montrent qu'elle n'est pas concernée personnellement par les dynamiques décrites et qu'elle porte un regard extérieur. La situation globale est présentée de manière générale, comme en témoigne la description introduite par le verbe « on voit bien que » et la recherche d'objectivation : « Des circuits courts... y en a beaucoup ». Contrairement aux extraits précédents, le discours ne porte pas sur une seule exploitation mais sur un espace plus vaste qui demeure flou : les Pyrénées-Orientales, la plaine du Roussillon ou l'agglomération perpignanaise. Elle ne fait pas référence à des situations concrètes qu'elle aurait vécues et cherche plutôt à monter en généralité.

Cette description laisse sa place à une analyse : « donc, ça interroge sur la viabilité de tout ça ». La conjonction « donc » montre que le questionnement fait directement suite à la constatation des difficultés rencontrées par les maraîchers. Son évaluation mobilise des notions économiques : la « viabilité » qui est au cœur de ses interrogations désigne, en économie, la capacité d'une activité à vivre et à se développer (CNRTL). Pour appuyer son analyse, la locutrice dit se référer aux points de vue de ses « collègues de la chambre » : elle et ces acteurs présentant le point commun de ne pas être agriculteurs.

Les points positifs retenus par la locutrice sont la forte présence de circuits courts et les difficultés découlent de la pénibilité, du temps de travail nécessaire et de la possible

saturation du marché perpignanais en raison de sa taille réduite. Pour présenter cette incapacité à augmenter la demande en même temps que l'offre, le bassin de population est présenté métaphoriquement tel un organisme vivant qui assimilerait un élément extérieur. Cette métaphore biologique rappelle celle employée par des économistes à propos des bassins de production (Poccard *et al.*, 2007). L'image de l'absorption est, par conséquent, teintée d'économie.

Des discours à propos de la vente directe s'apparentent, en définitive, aux analyses « coût-avantage » pratiquées en économie. Inconvénients et bénéfices sont opposés et comparés. Les difficultés identifiées sont la demande variable suivant la localisation du point de vente, le temps, les compétences, la communication, le local et la logistique nécessaires. Les avantages concernent, à l'inverse, l'absence d'intermédiaires et l'augmentation relative de la marge.

## **1.2 QUAND LE COMMERCE DE L'OIGNON FAIT S'ENTREMÊLER LES SENS**

### **1.2.1 Les relations avec les intermédiaires : quand la commercialisation se dote d'une signification sociale et sensible**

Les interactions entre les producteurs d'oignons et les grossistes et commerçants ne sont pas décrites en des termes exclusivement économiques. Les acteurs créent des liens interpersonnels, des relations de confiance qui ont une signification sociale.

*« Les Biocoop, l'ont adoré l'année dernière, cet oignon-là. Et je pense que le grossiste aussi, il le connaissait pas. [...] Et après, les Biocoop, les Biocoop en prennent énormément, ils sont très friands d'oignons rouges. » (M2)*

Cette maraîchère installée en 2017 dans les Pyrénées-Orientales produit des oignons de Toulouges qu'elle vend à des magasins Biocoop et à un grossiste. Elle décrit la réaction positive de ces acteurs à la réception des oignons. La formulation, « les Biocoop », est paradoxale. Elle qualifie par une synecdoque les gérants des Biocoop, c'est-à-dire qu'elle les désigne par un tout, par l'entreprise à laquelle ils appartiennent. Cela fait ressortir le groupe mais tend à dépersonnaliser la relation dans la mesure où il ne s'agit pas d'une personne concrète. De même, « le grossiste » est désigné par sa profession générique et par un déterminant défini : il n'est pas nommé. La relation reste, donc, avant tout, une relation

d'affaires, économique. Cette qualification impersonnelle contribue, toutefois, indirectement à mettre en avant leur réaction positive face à ses oignons.

Pour décrire leur satisfaction, elle emploie un ton laudatif caractérisé par des hyperboles, un vocabulaire mélioratif et un superlatif absolu : ils « l'ont adoré », ils en prennent « énormément » et en sont « très friands ». Cela suggère les sensations gustatives et positives que suscite la dégustation de ses oignons et la signification sensible que ses clients leur accordent.

La perception de la satisfaction des clients s'appuie sur des éléments sensibles. Il ne s'agit pas de critères précisément quantifiés ou issus d'enquêtes mais de perceptions, d'échanges oraux et d'interprétations personnelles : les volumes vendus aux Biocoop suggèrent leur satisfaction. Elle « pense que le grossiste aussi » l'a « adoré » et c'est vraisemblablement lors d'une discussion qu'il a indiqué avoir découvert l'oignon cette année-là. La mise en avant de ces réactions positives dans son discours laisse à penser que cela suscite de la joie et de la motivation chez la maraîchère. La relation au client acquiert ainsi une signification sensible et sociale.

Si cette maraîchère n'identifie pas individuellement ses clients, d'autres ont témoigné d'une interconnaissance et de liens marqués avec leurs clients professionnels.

*« Voilà, la Biocoop, c'est que si y a des surplus. Après par contre, on a de très très bons rapports avec eux. Elles sont toujours dispo. Si, par exemple, là, j'ai un truc, là j'ai un peu trop de machin ou que j'sens que là, ça va monter parce que c'est la saison ou que tout va filer, j'lui dis : est-ce que j'peux t'emmenner quelques... et voilà, du coup, elle, voilà, du coup, elle me prend une caisse de ceci, une caisse de cela. » (M24)*

Cette maraîchère bio installée dans les Pyrénées-Orientales vend la quasi-totalité de ses légumes à des particuliers sur un marché de plein vent et lors d'une vente hebdomadaire sur l'exploitation. Elle s'oriente cependant occasionnellement vers les Biocoop en cas de surproduction : l'année passée, elle a vendu des tomates par ce biais. Les contacts sont réguliers et la relation qualifiée positivement : « on a de très très bons rapports avec eux. Elles sont toujours dispo ». Le pronom pluriel féminin, le tutoiement et les paroles rapportées au discours direct suggèrent la proximité des acteurs malgré la ponctualité des contacts. À une demande de livraison par la maraîchère, une réponse positive de la gérante paraît quasiment

automatique, tel un lien de cause à effet, comme le suggère la séquence :« voilà, du coup, elle, voilà, du coup ». La répétition des locutions orales, « du coup » et « voilà », traduit la concrétude de la relation avec les Biocoop et l'évidence du canal de vente pour la maraîchère.

Ces deux extraits montrent que les interactions entre les producteurs d'oignons et les intermédiaires, en l'occurrence, des grossistes, ont un sens économique : elles s'inscrivent dans un contexte professionnel et les intermédiaires sont désignés de façon impersonnelle. Toutefois, ces interactions sont aussi une signification sociale et sensible pour les deux maraîchères : elles sont associées à des émotions et concernent des acteurs avec qui elles échangent régulièrement. Les discours donnent, de ce fait, à voir un entremêlement entre significations sensibles, sociales et économiques. Les deux parties suivantes mettent, également, en évidence cet entremêlement en s'appuyant sur deux cas : celui du marché de gros de Perpignan et celui de la vente directe. En quoi la vente sur ce site et suivant ce modèle a-t-elle plusieurs significations ?

### **1.2.2 Étude de cas sur le marché de gros de Perpignan**

L'étude des discours à propos du marché de gros de Perpignan et de son marché aux carreaux (cf. Chapitre 3, 2.2.1.5.3) offre la possibilité de saisir l'entremêlement des significations sociales et économiques accordées à la vente d'oignons.

Cinq fois par semaine, des producteurs de fruits et légumes des Pyrénées-Orientales se réunissent sous sa vaste halle aux carreaux pour y vendre leurs productions à d'autres professionnels et, notamment, des restaurateurs, des commerçants et des revendeurs sur les marchés de plein vent. Comme indiqué précédemment, le marché de gros est un lieu de vente important d'oignons de Toulouges et chaque session donne lieu à la fixation du prix de référence de l'écotype local. Trois garde-placiers relèvent, pour le compte de FranceAgriMer et du RNM, le montant des transactions et déterminent le prix de référence qui est ensuite repris par l'ensemble de la filière de l'oignon de Toulouges.

J'analyserai ainsi comment les discours sont empreints d'économie mais témoignent aussi de la signification sociale donnée à la vente d'oignons en ce lieu. Le marché de gros a, en effet, une forte signification économique par les transactions et la cotation qui y sont réalisées. Cependant, toutes deux sont indissociables d'un contexte social : les interactions sociales et professionnelles sont déterminantes pour fixer le montant des transactions sur le marché de

gros. Il est un lieu de confrontation entre producteurs, restaurateurs et commerçants où se mêlent des relations d'interconnaissance, de coopération ou de concurrence.

Un premier extrait d'entretien avec une partie prenante du marché de gros révèle cette intrication. Elle décrit les modalités de suivi des prix, de relevé des cotations et leur importance pour les producteurs.

*« Il faut être vigilant quand ils relèvent les prix. Il faut bien noter ce que reflète le marché, donc les prix les plus hauts, les prix les plus bas, que la tendance reflète... parce que sinon ça ne fonctionne pas. C'est la négociation qui fait le prix. C'est une fois qu'il a vendu qu'il est en mesure de dire voilà : moi, j'ai vendu ma tomate à tel prix. Et là, c'est le garde qui relève et qui fait les cotations. Et les cotations elles servent à donner le prix du prochain marché. Le prix du prochain marché, en fait, ils savent autant les uns que les autres, autant le vendeur que l'acheteur savent très bien que ça va se situer dans cette fourchette-là. En fait, c'est une sûreté d'un maintien de prix. Donc, ils sont très à cheval là-dessus pour que les prix soient relevés, pour qu'ils soient bien pris, pour qu'ils reflètent réellement le marché. Parce que si on se plante sur un prix, qu'on met un prix trop bas, on va faire tout écrouler. Et eux, ils jouent le jeu. Parce que c'est facile de venir brader la marchandise. [...] L'idée, c'est justement de maintenir les cours parce que qu'on est quand même un outil de valorisation de la production. [...] Le travail qu'ils ont de cotation, en fait, ça, c'est leur fond de commerce, c'est ce qui les aide à vivre. Donc, on a d'autant plus cette responsabilité quelque part de ces cotations. Et ça, c'est leur travail, c'est leur cœur de métier. C'est le leur. C'est eux qui s'imprègnent, c'est eux qui vont au contact du producteur, qui vont prendre les renseignements et qu'établissent les cotations. Et ils ont été agréés par FranceAgriMer. » (D3)*

### **1.2.2.1 Un marché présidé par l'offre et la demande**

Le marché de gros a, dans ce discours, une double signification économique. Il est, d'une part, un lieu de cotation et, d'autre part, un lieu de confrontation entre l'offre et la demande, les vendeurs et les acheteurs.

Le sens donné au marché de gros est, tout d'abord lié à l'activité de cotation qu'il accueille. Le prix apparaît déterminé par l'offre et par la demande : ce sont elles qui font fluctuer les cours. Le lexique économique est omniprésent : « prix », « marché », « tendance ». Il en



résulte une impression de dépersonnalisation : « Il faut bien noter ce que reflète le marché, donc les prix les plus hauts, les prix les plus bas, que la tendance reflète ». L'attention se porte non pas sur des acteurs individuels mais sur des objets économiques : une tendance, un marché, des prix. La mission de « refléter le marché » qu'ont les garde-placiers d'après la locutrice va dans ce sens : l'objet de leur attention est le bon fonctionnement économique. Les acteurs sont désignés par leur rôle dans le processus de marché, en tant que « vendeur » et « acheteur ». L'écroulement en cas de cotation trop basse et le fait que les producteurs jouent « le jeu » en donnant le montant de leurs transactions et en suivant les prix du marché rappellent des métaphores régulièrement utilisées pour décrire l'économie de marché : le jeu de l'offre et de la demande et l'effondrement des cours lors de krachs et de crises. Le marché de gros a, de ce fait, sa place dans la mécanique économique. Il est envisagé comme un « outil de valorisation de la production » et de régulation du marché : la cotation est décrite comme « une sûreté d'un maintien de prix ». Cette régulation vise à limiter les fluctuations et à garantir un prix de vente relativement élevé aux producteurs.

L'insistance sur l'agrément des garde-placiers pour réaliser le relevé des prix suggère l'impératif d'objectivité, de neutralité auxquels ils doivent répondre, le caractère normalisé et officiel de cette mission. L'interrogée revient sur ce point dans la suite de l'entretien lorsqu'elle mentionne le rattachement de la cotation à une norme ISO : à FranceAgriMer, dit-elle « ils les ont formés pour qu'ils correspondent aux normes ISO... pour qu'ils soient en capacité de remplir cette mission-là » (D3). Le caractère normé et institutionnalisé de la cotation donne l'apparence d'une tâche impersonnelle, détachée de tout contexte social et où seule compte la saisie de l'offre et de la demande.

La locutrice souligne l'intérêt des acteurs pour la cotation établie au marché de gros et son incidence directe sur la filière et, en particulier, sur le revenu des maraîchers. Pour elle, le prix fixé au marché de gros sert de référence à l'ensemble des acteurs. Tous en ont connaissance et suivent son évolution. Le pronom « ils » mentionnés au milieu de l'extrait correspond aux acteurs des filières légumières qu'ils soient vendeurs ou acheteurs. Le prix détermine les négociations et les pratiques commerciales durant le marché de gros et au sein de la filière.

En effet, l'importance de la cotation est reconnue au-delà des stricts participants au marché de gros. Bien que ne s'y rendant pas, ce producteur d'oignons de Toulouges explique ainsi s'y référer pour fixer ensuite son propre prix :

*« Moi, y a la mercuriale de perpignan qui nous dit le prix qui se fait sur la vente aux carreaux à Perpignan. Après, moi, par contre, j'ajoute ma marge pour le temps que j'y passe et tout ça, en plus, pour le vendre. C'est une culture qui paye ses frais largement. » (M8)*

Ce maraîcher installé au nord de Perpignan produit chaque année de l'oignon de Toulouges qu'il destine à la vente sur des marchés de plein vent. Privilégiant la vente directe, il ne se rend pas sur le marché de gros mais est toutefois au fait des prix qui y sont pratiqués. Ce sont eux qui lui servent de référence. Le rapport entre le marché de gros et les producteurs est alors perçu comme vertical : la mercuriale qui désigne le recensement du prix d'un produit sur un marché, « nous dit le prix qui se fait ». Son prix de vente correspond à celui du marché de gros, complétés par ses coûts de main d'œuvre et par sa marge. L'emploi du pronom pluriel « nous » suggère que cette pratique ne lui est pas propre mais s'observe chez les producteurs en général.

Pourtant, bien qu'il fasse prévaloir, de prime abord, des éléments économiques, le premier entretien laisse bien transparaître les interactions sociales qui prennent place sur le marché de gros et qui influent sur la cotation.

### **1.2.2.2 Un marché au cœur de pratiques sociales : entre coopérations et tensions**

Comme l'enquêtée l'explique, les prix pratiqués sur le marché de gros résultent de négociations entre l'acheteur et le vendeur. « C'est la négociation qui fait le prix. ». Les prix ne sont pas fixés à l'avance comme sur un marché de plein vent. La cotation du RNM sert, certes, à savoir que « ça va se situer dans cette fourchette-là » mais un acheteur peut négocier en fonction de la quantité voulue ou de l'aspect du produit. Dès lors, le montant des transactions et la cotation relevée au marché de gros dépendent de négociations et d'interactions entre producteurs et acheteurs.

Le relevé par les garde-placiers ne se fait qu'après les transactions et se fonde sur les échanges oraux avec les producteurs et, le cas échéant, la consultation des factures. C'est l'échange oral qui prévaut dans l'exemple pris par la locutrice où un maraîcher aurait vendu des tomates et serait « en mesure de dire, voilà : moi, j'ai vendu ma tomate à tel prix ». L'accès aux informations et aux factures impliquent une proximité et une relation de confiance entre garde-placiers et producteurs. Cela est mis en avant à la fin de l'extrait, par des anaphores faisant se succéder cinq structures emphatiques. « C'est leur travail, c'est leur cœur de métier.

C'est le leur. C'est eux qui s'imprègnent, c'est eux qui vont au contact du producteur, qui vont prendre les renseignements et qu'établissent les cotations » (D3). Le travail du garde-placier est mis en avant : ses pratiques sont reconnues comme la marque de compétences spécifiques. La description pourrait désigner, à certains égards, un chercheur menant une ethnographie. Le garde-placier est un observateur immergé dans un contexte social qu'il doit décrypter. Il s'appuie sur un matériel empirique issu d'échanges et d'observations, qu'il collecte et analyse pour parvenir à son but : établir une cotation. L'immersion conditionne la réussite de sa mission. Elle implique néanmoins de la vigilance. « Il faut être vigilant », « Il faut bien noter » : la répétition du verbe d'obligation souligne la difficulté de la mission et l'attention qu'elle requiert. Cela participe à la personnalisation de la mission. Elle ne peut, autrement dit, qu'être réalisée par des humains et ne se réduit pas à un relevé automatique de chiffres. Cette attention détermine la réussite de la cotation : « sinon, ça ne fonctionne pas ».

La cotation a, plus encore, une signification sociale dans la mesure où elle a une incidence directe sur l'activité des producteurs et sur leurs revenus. D'après la première interrogée, les garde-placiers et les maraîchers allant au marché de gros ont une responsabilité à l'égard des acteurs de la filière. La cotation est, pour les maraîchers, « leur fonds de commerce, c'est ce qui les aide à vivre. Donc on a d'autant plus cette responsabilité ». « Maintenir les cours » à un niveau relativement élevé apparaît comme un soutien aux maraîchers. À l'inverse, des erreurs de cotations et, notamment, la fixation de « prix trop bas » pourraient être fatales : « on va faire tout écrouler ». Si les garde-placier ont une responsabilité directe envers la filière, les maraîchers en ont également une lorsqu'ils fixent leur prix : il faut qu'« ils jouent le jeu ». Elle critique ainsi la pratique consistant à « brader » sa production : comme elle l'explique durant l'entretien, cette pratique à court terme permet de vendre une production mais à long terme, elle est préjudiciable pour l'ensemble de la filière.

En somme, tandis que le discours de l'enquêtée faisait prévaloir une lecture économique de la vente sur le marché de gros, la deuxième partie de l'extrait diffère. L'évocation du rôle des garde-placiers, des producteurs et de leur responsabilité à l'égard de la filière maraîchère locale témoignent d'enjeux sociaux qui traversent ce lieu. Les acteurs sont considérés non plus seulement comme des acheteurs ou des vendeurs mais comme des individus inscrits dans un contexte social et dotés d'une capacité d'action propre.

Les interactions sociales qui guident la fixation des prix au marché de gros apparaissent dans les discours de maraîchers qui le fréquentent. Ce producteur d'oignons rouges installé depuis les années 1980 aux abords de Perpignan se rend depuis ses débuts sur le marché de gros et y vend courgettes, salades et oignons rouges à des grossistes et à des revendeurs. Il explique :

*« Quand on va avoir beaucoup d'offres d'oignons, c'est c'lui-là qui vendra le moins cher qui vendra le plus. Et moi, comme je baisse pas le prix parce que le produit, il a une certaine... pour bien faire, en gros, je veux pas que l'oignon, il se trouve moins cher si je vends en gros. Du coup, je maintiens un prix. Et du coup, quand je viens au marché, certains vendent deux caisses et moi, je vends pas. La règle, c'est la concurrence. Si moi, je vends à 1€50 et l'autre c'est 1€, c'est l'autre qui vend. Tout, c'est comme ça. Si moi, je vends beaucoup d'oignons et que l'autre il voit qu'il a beaucoup d'oignons et que ça se vend pas. À la fin, tu vas voir le gars et tu lui dis : si tu me les fais à tel prix la prochaine fois, je te l'achète. » (M28)*

Le locuteur relate la manière dont se décide le montant des transactions sur le marché de gros. Il emploie, pour cela, un lexique économique. Il mentionne la fluctuation des prix suivant l'offre et la demande et la forte concurrence entre les producteurs : « la règle, c'est la concurrence ». La répétition du connecteur logique « du coup », de proportions causales introduites par « comme » et la construction de phrases autour de « si... alors » suggèrent que le marché de gros est régi par des mécanismes et, qui plus est, des mécanismes économiques. Chaque action est reliée par un rapport de cause à effet. La conséquence directe d'un fonctionnement mécanique guidé par la « concurrence » semble être que l'acteur n'a pas de marge de manœuvre sur la situation : « Tout, c'est comme ça ».

Le fonctionnement du marché de gros et la fixation des prix en ce lieu ne répondent toutefois pas à de purs mécanismes économiques. Comme l'interrogée précédente, le locuteur met effectivement en évidence le rôle des acteurs et de leurs interactions. Ces interactions entre acheteur et vendeur sont illustrées à partir du récit de scènes concrètes auxquels il prend part : les pratiques de chacun sont décrites et les échanges relatés au discours direct.

Or, d'après le locuteur, le fait que le prix de vente des oignons soit déterminé au cours de négociations informelles favorise les producteurs acceptant de baisser leur prix. Lorsque l'offre est importante, ceux proposant les prix les plus bas sont avantagés. Comme il se refuse à baisser ses prix en deçà d'un certain seuil, il se sent désavantagé.

L'observation des prix pratiqués et le récit des négociations et des échanges révèlent le rôle des interactions entre producteurs, acheteurs et vendeurs sur le marché de gros et les tensions qui peuvent en découler. La vente de l'oignon en ce lieu, les prix pratiqués acquièrent ainsi, dans le discours de ce maraîcher, une forte signification sociale.

### **1.2.2.3 Conclusion de l'étude de cas sur le marché de gros de Perpignan**

Cette étude ciblée sur le marché de gros de Perpignan visait à saisir le sens donné au commerce d'oignons en ce lieu. Ce sens est, en premier lieu, économique. Dans les discours, il est question d'offre, de demande, de concurrence. Le marché a pour finalité de mettre en relation des acheteurs et des vendeurs : le statut des acteurs est défini suivant qu'ils achètent ou vendent. Le marché de gros accueille, en outre, une activité de cotation : la valeur marchande de l'oignon de Toulouges définie au marché de gros sert de référence à l'ensemble du micro-bassin.

Néanmoins, le prix pratiqué sur le marché aux carreaux dépend des interactions entre producteurs, acheteurs et garde-placiers. La fixation des prix au cours de négociations et le relevé des prix ont une portée économique mais sont indissociables d'un contexte social. Les emplacements étant définis pour une année entière et souvent possédés depuis longtemps par les maraîchers et leurs familles<sup>108</sup>, chacun se connaît. Il en résulte de potentielles tensions et différends<sup>109</sup>. La vente d'oignons sur le marché de gros revêt, en ce sens, une signification à la fois économique et sociale.

### **1.2.3 Vente directe : quand s'entremêlent économie, social et sensible**

L'analyse se focalise, à présent, sur la vente directe, où le producteur vend directement ses produits au consommateur. La vente directe a lieu sur des marchés de plein vent, sur les exploitations, via des systèmes de paniers, des AMAP ou des *Solawi* outre-Rhin.

Le ciblage sur la vente directe est motivé par deux éléments.

Son intérêt réside, en premier lieu, dans la dynamique que connaissent actuellement les recherches sur le sujet. Or, comme cela a été dit en introduction de ce chapitre, les travaux n'abordent pas de manière transversale les éléments sensibles, économiques et sociaux. Soit, ils adoptent un angle économique et étudient les retombées de la vente directe en termes

---

<sup>108</sup> Entretiens M29, M30, M34, D3

<sup>109</sup> Entretien M28, M30, D3

de revenus pour les producteurs et de développement économique local (Navarro, 2012). Soit, ils sont centrés sur la dimension sensible et esthétique de ce mode de vente (Kazic, 2022). Soit, ils soulignent la proximité, l'interconnaissance et le lien social qui résultent de ce type de transaction (Lescureux, 2003 ; Bricas *et al.*, 2013). Une lecture compréhensive permet de ne pas choisir d'emblée entre une de ces voies et de discuter la pertinence d'une approche transversale.

En second lieu, la vente directe a un fort écho sur les deux terrains d'études. La densité des circuits courts est soulignée par les enquêtés et dans la littérature scientifique (Lesur-Dumoulin, 2018 ; Keech & Redepenning, 2020). À Bamberg, les stands de vente directe sous les porches des maisons de la *Gärtnerstadt* participent à l'image de marque de la ville (Lessmeister *et al.*, 2009 ; Keech & Redepenning, 2020). Dans la région de Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales, respectivement 90 et 86% des maraîchers rencontrés pratiquent la vente directe. Une part importante des oignons produits par les maraîchers de l'échantillon est, par conséquent, vendue de cette manière, ce qui incite à l'étudier spécifiquement.

En première partie, j'ai montré que le choix de la vente directe était lié en partie à un calcul coût/avantage. Les discours donnent de l'importance aux coûts, au client et au prix de vente si bien que la vente directe apparaît comme un enjeu principalement économique. Cependant, d'autres significations, sociales et sensibles sont accordées à ce mode de vente. La vente directe crée un rapprochement entre le producteur et le consommateur, vecteur de lien social et d'émotions. Elle revêt, de ce fait, aussi une signification sociale et sensible. Cette partie analyse comment ces deux significations s'associent à la signification économique dans les discours. Elle étudie le sens donné à l'oignon concerné par la vente et celui donné à la relation entre vendeur et acheteur.

### **1.2.3.1 Proposer un bon et un beau produit : le témoin d'une relation sensible au produit**

Le premier témoin de cette signification sensible est l'importance que manifestent les maraîchers de proposer un « beau » et un « bon » produit.

Kazic notait que, pour ses enquêtés, la « beauté des plantes [était] un critère important pour faire du commerce » (Kazic, 2022). Cette idée entre en résonance avec les discours des acteurs. De nombreux producteurs ont insisté sur le souci de proposer un produit « beau » frais et bon, témoignant d'un rapport affectif et sensible à ce dernier.

*« Je vais te dire comment je sélectionne...je sélectionne quand je regarde la résistance au parasitisme et le goût parce que si t'es devant mon stand, c'est pour que tu m'en achètes. Le baratin ne joue pas, là. [...] J'vais pas te donner, je sais pas ... un oignon de l'Aude qui t'arrache la gueule. [...] Moi, j'dis : il vaut mieux perdre 10% de sa production mais tout le monde a envie d'en manger parce que du coup les gens en achèteront plus. Sinon les gens, ils le laisseront dans un saladier Après, je suis peut-être un mauvais entrepreneur, un entrepreneur paysan mais j'ai toujours favorisé le plaisir, on va dire. Tout, c'est pour le plaisir, c'est pour partager nos idées mais c'est pour le plaisir. Donc, si je te vends un produit, j'ai envie que tu te régales. » (M3)*

Ce maraîcher pratiquant l'Agriculture Biologique et vendant l'intégralité de sa production sur un marché de plein vent accorde une grande importance aux perceptions et aux sensations que suscitent ses produits chez ses clients. Il fait l'éloge du plaisir gustatif et adopte un ton argumentatif et prescriptif : le locuteur expose les principes de ses pratiques et les justifie. Des connecteurs logiques expriment des causalités, des conséquences, des oppositions, des conditions et des concessions et participent à structurer le discours telle une argumentation. La première personne du singulier montre qu'il s'engage personnellement. La formule « moi, j'dis », où le sujet est antéposé, met en avant le locuteur et les principes dont il se fait le défenseur. La prévalence du présent à valeur d'habitude et du futur proche montre que la position exprimée ici relève moins d'actions ponctuelles que de principes que le locuteur s'est fixé. Les pratiques décrites valent en général et vaudront à l'avenir. Elles ne sont pas censées évoluer.

Il explique rechercher, avant tout, le « plaisir » lorsqu'il récolte et vend ses fruits et ses légumes. Le terme est répété trois fois et est complété par les mots « envie » et « régales ». Le fait de considérer la récolte comme une « sélection », c'est-à-dire comme un choix attentif fondé sur des critères définis montre le souci apporté à la tâche. Les critères en question sont visuels et gustatifs. En regardant « la résistance au parasitisme et le goût », il veille aux perceptions que susciteront ses légumes.

Le goût est particulièrement central. La sélection a une dimension quasiment éthique et répond au principe de ne pas donner de produits dont le goût serait mauvais. Ce principe est porté par un exemple : il se refuserait de vendre « un oignon de l'Aude qui t'arrache la gueule ». Il y a un fort contraste entre le registre familier employé ici et le lexique mélioratif

du plaisir, ce qui met en évidence l'importance que le maraîcher confère au goût de ses produits.

Le goût est, *a fortiori*, perçu comme l'unique critère dans le choix d'un légume chez ses acheteurs. Leur désignation par « les gens » et « le monde » suggère l'absence de relation personnelle avec eux qui viendrait biaiser la dégustation et la perception du produit : ses clients viennent non pas pour lui ni n'achètent après avoir été séduits par son discours : ce sont le produit et ses qualités gustatives qui priment. Le discours de persuasion, de séduction voire de tromperie qu'est « le baratin » n'entre pas en jeu.

L'analyse de ce discours montre que le maraîcher a une relation sensible forte à son produit et qu'il en prête également une à ses clients.

Cependant, si la vente révèle une signification sensible, elle n'a pas moins une signification économique : deux sens qui sont moins opposés que complémentaires. Le propos associe un lexique économique à celui des sens et du plaisir. Les mots « achèteront » et « entrepreneur » côtoient « plaisir » et « envie ». Plus encore, la présence sur le marché répond à une motivation économique. L'objectif est clair : « si t'es devant mon stand, c'est pour que tu m'en achètes ». La construction autour des conjonctions « si » et « alors » montre que le maraîcher considère que tout client venu sur le stand se doit d'acheter. Après avoir rempli la condition de venir sur le stand, l'achat doit être la conséquence directe et logique. La relation sur le marché apparaît comme une confrontation où le maraîcher désigné par le sujet « je » est mis au défi par le client désigné par la deuxième personne du singulier : « tu ». Vendre son produit est synonyme de réussite pour le maraîcher. De même, le goût de ses produits constitue un enjeu économique. La locution « du coup » signale le lien de cause à effet entre l'« envie d'en manger » et le fait que « les gens en achèteront plus ». En favorisant la satisfaction des clients, le goût détermine la vente de la production et la fidélisation de la clientèle.

Par ailleurs, la nature argumentative et prescriptive de ce discours éclaire un autre sens donné à sa présence sur le marché. Il est un moment privilégié « pour partager [ses] idées », les principes qu'il vient d'exposer, sur la place du goût et du plaisir mais aussi sur la protection de l'environnement et sur l'agriculture biologique qu'il a défendue durant l'entretien. Le marché acquiert, en cela, une signification sociale.



Ce discours témoigne du sens économique, social et sensible qu'a la vente directe d'oignons : elle conditionne la réalisation du chiffre d'affaires du maraîcher tout en suscitant des interactions sociales et des perceptions visuelles et gustatives autour d'un « beau » produit.

### **1.2.3.2 L'étal : mettre en valeur le produit et l'exploitation**

Les stands et les étals révèlent et renforcent la signification sensible donnée à l'oignon par les producteurs. Ils mettent en avant un produit, le rendent visibles et cristallisent les perceptions des potentiels clients. Dans ces conditions, l'aménagement du stand est fait pour éveiller les sens, les sensations et attirer l'œil des consommateurs.

*« Quand on va au marché, on emmène tout, on charge un gros camion et tout est joli, tout est cueilli de la veille et c'est tout frais. [...] Après, [nos oignons de Toulouges], ils sont très gros. Au marché, les gens s'arrêtent pour regarder. Je pense que plus il est gros, plus il est doux. Et c'est vrai, plus il attire l'attention aussi. Mais, c'est plus pour le côté douceur qu'on fait des gros. » (M11)*

Cette maraîchère installée dans les Pyrénées-Orientales témoigne du soin apporté à la préparation du marché. Ce dernier prend la forme d'un rituel du fait du présent d'habitude et des courtes phrases qui décrivent les étapes clés de sa préparation et de ce déplacement. En décrivant ses propres perceptions et celles des visiteurs sur le marché, la maraîchère donne une large place aux perceptions visuelles. L'enjeu est d'éveiller le sens visuel des visiteurs : les légumes sont présents en quantité (« on emmène tout »), ils sont frais et « joli[s] » et les oignons sont « très gros ». Les quatre répétitions de « tout » en tant que pronom et qu'adverbe mettent en avant l'attention portée à la préparation de la vente et aux légumes qui y seront vendus. Dire qu'« au marché, les gens s'arrêtent pour regarder » son stand et ses oignons apparaît comme un élément de satisfaction. Alors qu'elle recherche un stand esthétique et visible, constater l'arrêt des passants est, pour elle, un indice de réussite. La description de ses oignons et de la réaction des visiteurs témoigne également de la relation nouée à ses oignons et d'une satisfaction à leur égard. Elle mentionne à deux reprises leur douceur et perçoit cette sensation gustative positive comme une de ses motivations à proposer de gros oignons et ce, malgré le risque d'une moindre vente (cf. Chapitre 5, 1.1).

Dès lors, la représentation du marché comme un moment apprécié, l'évocation des interactions avec les clients et l'association de l'oignon à des perceptions visuelles et

gustatives traduisent la signification sensible et sociale accordée par la locutrice à la vente de ses oignons.

Dans les Pyrénées-Orientales, l'aménagement des étals d'oignons, notamment s'il s'agit d'écotypes locaux, d'oignons de Toulouges et de *calçots*, suggère cette même signification sensible et sociale accordée aux oignons. Sur les marchés de plein vent, un soin est apporté à leur présentation. L'oignon de Toulouges y est qualifié par les adjectifs « véritables » ou « authentiques » ou par un nom allongé « oignon doux et rouge de Toulouges »<sup>110</sup>. Il est régulièrement mis en avant par des affiches, des rubans aux couleurs catalanes ou par la mention de producteurs. La présentation des stands vise à souligner la spécificité du produit et à augmenter sa visibilité.

*Illustration 17 Oignons de Toulouges sur le marché de plein vent de Prades dans les Pyrénées-Orientales (Jaume, 2022)*



---

<sup>110</sup> Observations faites durant l'enquête

Figure 56 L'oignon de Toulouges : un produit mis en avant dans les GMS des Pyrénées-Orientales : entre oignon de Toulouge(s) et oignons rouges.

## Entre oignons de Toulouge(s) et oignons rouges



- |                          |                               |
|--------------------------|-------------------------------|
| 1 Grand Frais, Perpignan | 5 Carrefour Contact, Le Soler |
| 2 Leclerc, Perpignan     | 6 Intermarché, Millas         |
| 3 U, Ille-sur-Têt        | 7 Auchan, Perpignan           |
| 4 Intermarché, Canohès   |                               |

Photos et réalisation : Jaume, 2022

À Bamberg, l'étal de légumes acquiert également une signification sociale : la ville est connue pour ses maisons de maraîchers situés dans la *Gärtnerstadt* et sous les porches desquelles sont aménagés des stands de vente directe<sup>111</sup>.

<sup>111</sup> Comme je me suis rendue à Bamberg en été au moment où la BBZ n'est pas encore récoltée et en janvier lorsque la plupart des stands de vente directe sont fermés, je n'ai pas pu voir d'étals avec l'écotype.

Illustration 18 Stand de vente dans l'arrière-cour de la maison d'un maraîcher bambergeois au cœur de la Gärtnerstadt (Jaume, 2021)



« Ce qui est typique à Bamberg, en plus des cours organisées pour la vente directe, ce sont les grands porches, comme chez [X, un maraîcher bambergeois] où on achète les légumes sous le grand porche. » (SC4)

Ce responsable d'un bureau d'étude s'est occupé de la mise en place de labels et d'opérations de communication en vue de valoriser le maraîchage à Bamberg. Il ne réside pas à Bamberg et est amené dans le cadre de son travail à travailler dans l'ensemble de la Bavière. Bien qu'extérieur à Bamberg, il considère le « grand porche » et l'arrière-cour des maisons maraîchères organisés pour la vente de légumes comme « typique » (« *typisch* ») de la ville et cite un des maraîchers qui la pratique. La présence des points de vente sous les porches de la *Gärtnerstadt* participe à la représentation de Bamberg comme ville maraîchère historique.

Le lieu où a lieu la vente directe revêt, par conséquent, une signification sociale et sensible.

### **1.2.3.3 Le client : une relation plus qu'économique**

Dans le cadre de la vente directe, la relation au client n'est pas uniquement économique. Elle l'est, certes, dans la mesure où développer une relation de proximité est un enjeu pour fidéliser la clientèle. Cependant, l'interconnaissance, la proximité interpersonnelle voire l'amitié qui peuvent se créer sont aussi moins intéressées et perçues comme un facteur de plaisir et de satisfaction par les producteurs. La relation nouée au client revêt donc un sens économique, sensible et social.

Si le mot client l'est abondamment, d'autres termes sont aussi utilisés pour désigner les acheteurs d'oignons : « sur le marché de Céret [une ville des Pyrénées-Orientales], tu vas rencontrer plein de monde... restaurants, particuliers » (M15), indique cette maraîchère qui vend à cette occasion ses légumes. Elle mentionne moins des « clients » que le « monde » qui fréquente le marché. Le marché est un lieu de rencontre et d'interactions entre une diversité d'acteurs qu'elle entreprend d'énumérer. Le « monde », « restaurants » et « particuliers » ont une connotation moins économique que ne pourraient l'être les « consommateurs » ou les « clients ». Du moins, leur désignation n'est pas reliée à leur fonction dans un schéma de vente. À Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales, des enquêtés ont parlé des « habitants », des « touristes »<sup>112</sup>, des « gens » (« *Leute* ») et, ponctuellement, de « copains »<sup>113</sup> ou des « amis »<sup>114</sup>, ce qui montre que les particuliers achetant au maraîcher sa production n'ont pas uniquement le statut de clients.

Aussi, des maraîchers indiquent-ils avec surprise ou fierté voir leurs oignons de Toulouges rapportés chez eux par des clients en vacances, jusqu'en Corse et en région parisienne<sup>115</sup>. Cela montre qu'un lien social se tisse au moment de la vente directe d'oignons : des échanges ont lieu entre le maraîcher et le particulier. Ce pépiniériste vendant des plants d'oignons de Toulouges explique dans cette perspective que :

*« Ceux qui viennent de loin, c'est pour l'oignon. Y en a deux, des copains, qui viennent de Marseille. Mais après, il y en a pas mal qui viennent de Toulouse, Narbonne, y en a pas mal. » (P7)*

L'attractivité et la rareté de ses plants sont telles que des clients viennent de loin pour lui en acheter. Il s'agit de « copains » pour deux d'entre eux. D'autres sont désignés par une formule impersonnelle « il y en a pas mal » mais précisent leur région de résidence : cette information suggère des échanges avec les clients au moment de la vente des plants et, par conséquent, des interactions sociales.

---

<sup>112</sup> Entretiens M1, M24, M35, M36

<sup>113</sup> Entretien P7

<sup>114</sup> Entretiens M24, M25

<sup>115</sup> Entretiens M4, P2, P7

La relation spécifique nouée avec la clientèle est soulignée par cette maraîchère installée dans les Pyrénées-Orientales. Elle s'apprête à transmettre son exploitation qui commercialise l'ensemble de ses légumes dans trois marchés de plein vent. Durant un an, elle va épauler celle qui va la remplacer lors des marchés pour lui transmettre le « lien particulier » avec le client :

*« C'est une année de tuilage. Donc ça va être, voilà, pour leur transmettre le métier, tous les trucs [...] Parce que c'est moi qui suis à la vente. [X, la personne qui va me remplacer], pour qu'elle connaisse les clients et tout, c'est important [...]. Bon, les clients sont déjà avertis [rires] mais pour que X les connaisse parce que c'est tellement un lien particulier, la vente au marché, que c'est ... si elle arrive à repérer un peu... moi, j'vois [Y, une collègue récemment installée], maintenant elle connaît les prénoms des gens. Oui, c'est une clientèle fidèle qu'on a. » (M19)*

La maraîchère met en avant la relation de proximité qu'elle a nouée avec sa clientèle qualifiée de « fidèle ». Elle a informé ses clients de son départ en retraite et souris au moment de les évoquer. Elle insiste sur l'importance de cette relation par le recours au pronom « moi » dans une formule emphatique qui met en avant son point de vue et son expérience personnelle. Ce lien au client s'intègre dans « le métier, tous les trucs ». Le métier a une portée générale tandis que les « trucs » sont plus familiers et renvoient à des pratiques du quotidien. Cela montre que développer un lien avec les clients au moment de la vente implique des compétences générales mais aussi se réalise de manière concrète sur le stand. La relation visée transparait dans ce qu'elle cherche à transmettre à sa remplaçante et consiste à développer l'interconnaissance : « repérer un peu » les personnes et apprendre leurs prénoms comme l'a fait une collègue récemment arrivée sur le marché. L'année de transition sera le moyen de lui transmettre les pratiques afin qu'elle noue une telle relation avec le client. Dans ce discours, la relation interpersonnelle avec les clients témoigne d'une proximité avec eux et de la forte signification sociale qu'ont le marché de plein vent et la vente directe.

Plus encore, le témoignage d'un maraîcher salarié d'une Solawi<sup>116</sup> de Bamberg montre l'absence de relation économique avec ceux qui consomment ces légumes. Le maraîcher est l'un des deux salariés de l'association Solawi Bamberg. Ses légumes composent des paniers

---

<sup>116</sup> Pour plus d'informations sur les Solawi, se reporter à la note de bas de page n°23.

hebdomadaires de légumes destinés aux 130 membres de l'association, mais la composition des paniers n'a pas de signification économique à ses yeux :

*« Ici, absolument 100% [de ma production] va aux paniers. Donc moi, je récolte, je lave, et tout va ici. [...] C'qui veut dire que les paniers, ils doivent payer 100% de la ferme et moi 100% de ma production. C'est simple, j'la divise par mon nombre de clients du jour. Du coup, ça fait des parts, c'est très facile, J'ai pas besoin de... j'connais pas les prix de mes légumes [rires] [...] En fait, l'argent des paniers, c'est pas sur mon compte, c'est le compte de l'association. » (M40)*

Ce maraîcher français installé en Bamberg cherche à expliciter le fonctionnement de la Solawi du fait qu'il l'estime peu connu des Français. Il utilise des formules pour expliciter son propos telle que « en fait », « donc », « c'qui veut dire que » et insiste sur la simplicité du fonctionnement : « c'est simple », « c'est très facile ». Le tout fonctionne en cycle fermé. La Solawi est autofinancée et autonome, ce qui est suggéré par les trois références à des « 100% ».

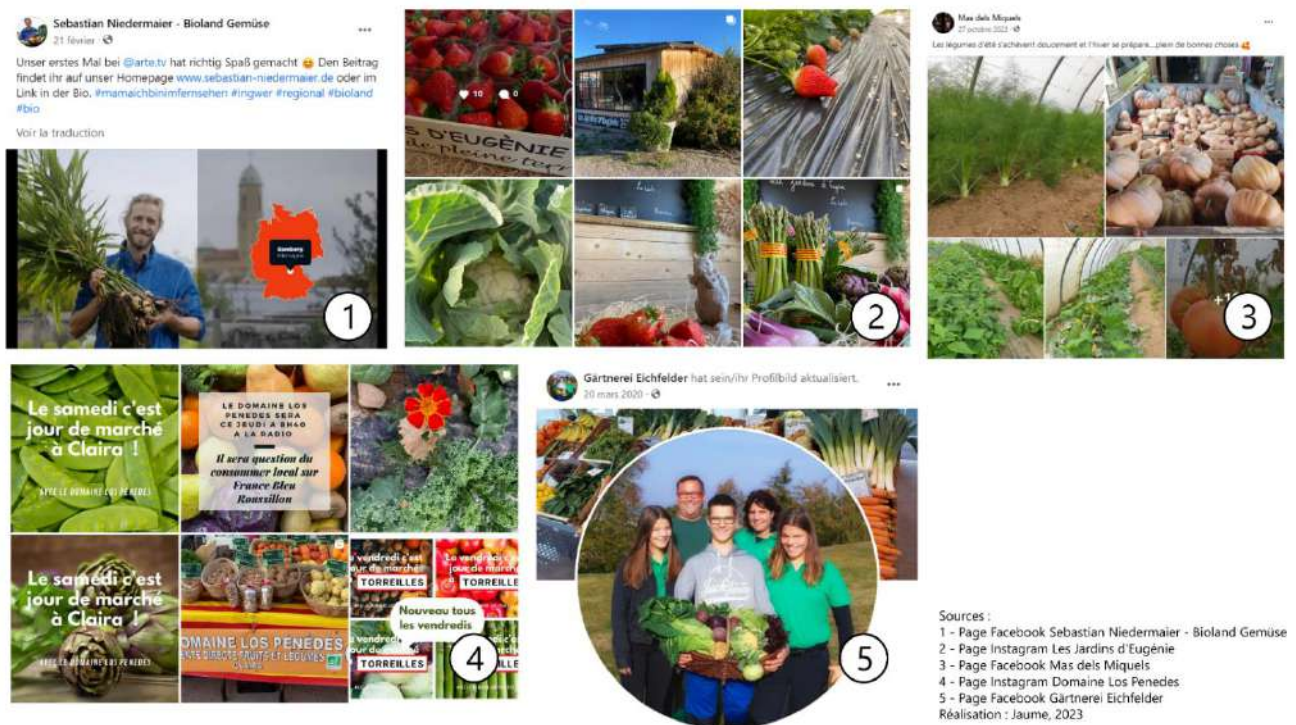
Le maraîcher a deux missions : produire des légumes et préparer des paniers. La comptabilité n'est pas de son ressort et revient aux responsables de l'association qui doivent s'assurer de l'équilibre budgétaire, de la capacité à « payer 100% de la ferme et [...] 100% de [s]a production » et de la gestion des comptes. Le rire, après avoir déclaré qu'il ignore le prix de ses légumes, montre le paradoxe de cette situation. Il n'y a pas de vente, à proprement parler, au sein de l'association. Dans ces conditions, le client n'a pas de signification économique. L'approche du métier diffère sensiblement par rapport à celle des autres maraîchers.

En somme, les discours des maraîchers cités ici soulignent que la vente directe a un sens économique, sensible et social. Cette signification économique apparaît en permanence : le but est de vendre ses produits et de fidéliser sa clientèle. Cet aspect économique concerne paradoxalement aussi le propos du maraîcher en Solawi : pour insister sur le fonctionnement non-économique de son exploitation, il donne une large place au lexique économique. L'évocation de la proximité avec les clients et des liens interpersonnels noués avec eux, des émotions qu'ils suscitent montre que la vente directe ne se départit pas d'une signification sensible et sociale.

### 1.2.3.4 La relation au client à travers la communication : entre impératif économique et facteur de proximité sociale

En vente directe, la relation entre producteurs et acheteurs est, à proprement parler, directe. Ils se rencontrent sur le lieu de vente. Cependant, elle peut se prolonger au-delà du moment de la vente si des opérations de communication sont mises en place. La communication est entendue comme l'« ensemble des techniques médiatiques d'information et de publicité » (Le Petit Robert). Elle mobilise une diversité de supports, notamment, matériels et numériques. Or, l'enquête montre que de nombreuses exploitations pratiquant la vente directe sont présentes sur les réseaux sociaux, en particulier, Facebook et Instagram (cf. Figure 57). De même, des interrogés insistent sur l'importance de cette communication comme un moyen de renforcer la proximité entre producteur et consommateur et de susciter une relation de confiance.

Figure 57 Des maraîchers présents sur les réseaux sociaux



Cette partie analyse le sens pris par la communication dans les discours des producteurs d'oignons pratiquant la vente directe et le rapport au client qu'elle induit. À partir de trois témoignages où la représentation de la communication et les pratiques déployées diffèrent, je montre que ce sens est économique et social.



Le premier témoignage est celui d'une responsable du *Zentrum Welterbe* (Centre du patrimoine mondial) de Bamberg qui présente la stratégie de communication menée avec les maraîchers de la ville, membres de l'*Interessensgemeinschaft Bamberger Gärtner* (Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg) en partenariat avec la municipalité et le Centre du patrimoine mondial.

« Par exemple, [X, un maraîcher de Bamberg] vend directement dans son exploitation ce qu'il produit. Mais il n'y avait pas d'horaires d'ouverture. En fait, les clients ne savaient pas du tout quand il était ouvert. Et c'est pourquoi on les a invités à indiquer des horaires d'ouverture et on a fait une brochure qui indique les noms des exploitations, les horaires, les produits proposés et l'histoire de chaque exploitation. [...] Aussi ce qu'on a fait, c'était de faire de la publicité ensemble, même sur la presse régionale, une page internet commune où on peut trouver toutes les exploitations. On peut les localiser avec Google Maps. On peut voir où se trouve chaque exploitation, quand elles sont ouvertes, il y aussi un calendrier des cultures et ce qui est produit par saison. » (PP1)

Figure 58 Extraits de la brochure sur les maraîchers de Bamberg éditée par le Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg



Couverture

Présentation d'un maraîcher

Présentation des écotypes locaux de Bamberg et, notamment de la BBZ

Source : Site Internet du Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg ([gaertnerstadt-bamberg.de](http://gaertnerstadt-bamberg.de))  
Mise en page : Jaume, 2023

Le second extrait relate les paroles d'une maraîchère bio installée dans les Pyrénées-Orientales et pratiquant la vente directe :

*« Ça, c'est important, tous ces points com'. Ça amène pas une clientèle réelle, enfin qu'on peut quantifier mais c'est une obligation. Mais nous, ça nous fait 150€ par mois. Parce que moi j'ai pas le temps de m'occuper de Facebook et elle me fait une com' par semaine, voire deux. Chaque nouveau produit, on l'annonce, les évènements. » (M2)*

En plus d'un stand sur son exploitation ouvert trois jours par semaine, elle se rend une fois par semaine sur le marché de sa commune. Elle estime nécessaire de communiquer sur l'exploitation et, qui plus est, de publier un contenu régulier. Sont publiés sur Facebook et sur Instagram des informations sur les légumes, des recettes de cuisine, des évènements auxquels elle participe. Le terme raccourci « com' » et l'usage d'un présent d'habitude montrent l'appropriation des pratiques de communication.

Le troisième témoignage est celui d'un maraîcher bio des Pyrénées-Orientales ayant repris l'exploitation fondée par son arrière-grand-père autour des années 1920. Ses légumes cultivés sur les six hectares de l'exploitation sont destinés « à une vingtaine de clients entre les Biocoop, les restaurants [...] et d'autres magasins bio indépendants » et un grossiste et pratique, en parallèle, la vente directe en se rendant deux fois sur des marchés de plein vent et via un magasin sur l'exploitation. Il estime à près de 60% la part des produits vendus directement à des particuliers mais dit son scepticisme sur la nécessité de communiquer. Pour lui, hormis dans le cas de jeunes installés, le bouche-à-oreille suffit :

*« Tu sais, en général, quand tu fais un bon produit, t'as pas besoin de grosse communication pour le vendre. Oui, si t'es nouveau et que tu te lances, pour te faire connaître. Mais après, le bouche-à-oreille, ça va vite, très vite. » (M7)*

Dans ces discours, la communication a, en premier lieu, une signification économique. Pour les deux premières locutrices, elle permet de faire connaître l'exploitation et, à terme, d'augmenter les ventes et les revenus. Le fait que les maraîchers de Bamberg n'aient pas communiqué d'horaires fixes d'ouverture est perçu comme un manque. Dans le deuxième extrait, la signification économique de la communication tient au coût des opérations de communication. Cette tâche est jugée chronophage et est donc déléguée à une connaissance, ce qui a un coût de « 150€ par mois » : un montant non négligeable pour cette exploitante

installée depuis trois ans et s'estimant encore en train de « tâtonner » (M2). La publication régulière de contenus est, néanmoins, considérée comme nécessaire : « Ça, c'est important, tous ces points com' » (M2).

L'incidence économique de la communication est cependant à nuancer. Le troisième locuteur fait le lien entre vente et communication tout en le nuancant : « quand tu fais un bon produit, t'as pas besoin de grosse communication pour le vendre ». C'est moins la communication que les qualités organoleptiques des produits qui favorisent ou non leur vente. La deuxième locutrice relativise, également, l'effet de ses publications : « Ça amène pas une clientèle réelle ». Les publications ne se traduisent pas en nombre de clients, elles n'ont pas un effet direct et quantifiable.

La communication sur Internet et sur les réseaux sociaux revêt, par conséquent, outre son sens économique, un sens social. Elle est un moyen de faire exister l'exploitation et l'activité maraîchère aux yeux des consommateurs et de créer une proximité avec eux.

Sur ce point, les informations communiquées dans les documents de communication mentionnés par les deux premières locutrices n'ont pas de vocation strictement économique et commerciale. La maraîchère des Pyrénées-Orientales communique des informations sur des fruits et légumes locaux, sur des fêtes organisées et des recettes. L'artichaut, le *calçot* et l'oignon de Toulouges ont ainsi eu droit à leur publication sur Facebook et Instagram. Cela présente une similarité avec le contenu de la brochure citée par la première interrogée. Ce document sensibilise sur la consommation de légumes de saison, renseigne sur l'histoire du maraîchage bambergéois et des exploitations et fournit des informations pratiques à destination des touristes qui souhaiteraient visiter la *Gärtnerstadt*.

La dimension sociale de la communication est, *a fortiori*, démontrée par le rôle des interactions entre différents acteurs en vue de réaliser des actions de communication. Dans le premier extrait, la mention d'un maraîcher comme exemple montre des relations d'interconnaissance entre les acteurs. Plus encore, l'accent est mis sur le caractère collectif de l'initiative. Jouer collectif apparaît même au fondement de l'opération de communication décrite par la locutrice. « Ce qu'on a fait, c'était de faire de la publicité ensemble (« *Was wir getan haben, war, zusammen zu werben* ») » : le sens de l'action réside autant dans le caractère collectif de l'action que dans l'objectif de promotion des exploitations. Il s'agit, en l'occurrence, du projet *Urbaner Gartenbau* (cf. Chapitre 3, 2.2.2.7) auquel a, notamment, pris

part la ville de Bamberg avec le soutien financier de l'UNESCO et de l'État allemand. Ce projet et les actions de communication qui ont été menées ont mobilisé des acteurs agricoles et non-agricoles. Si l'on en croit l'enquêtée, ce sont ces derniers qui ont mis en évidence le manque d'informations à propos de l'organisation de la vente directe dans les exploitations, qui ont convaincu les maraîchers de développer leur communication et qui les ont accompagnés dans ce travail.

Quand bien même, la communication se fait à l'échelle d'une seule exploitation, elle peut révéler des interactions avec d'autres acteurs. C'est le cas de la deuxième locutrice qui délègue la tâche à une de ses connaissances. Durant l'entretien, elle indique échanger régulièrement avec cette personne afin de vérifier le contenu des publications et l'informer de celles à préparer. Elle explique aussi que la mise en place d'actions de communication fait suite à des échanges avec des collègues au moment de son installation.

Ces deux extraits montrent que la communication par les producteurs d'oignons en vente directe suscite des interactions sociales et a, de ce fait, une signification sociale.

L'analyse du sens donné à la communication peut être approfondie par les travaux questionnant la place du numérique en agriculture. Les écrits mettent en évidence la diversité des outils utilisés et l'influence du profil de l'acteur, de ses compétences, de son niveau de formation, de son revenu, de son âge, de sa date d'installation en agriculture et du type de cultures sur le choix des outils (Mazaud, 2019). Des travaux récents (Mazaud, 2017, 2019 ; Angelini *et al.*, 2012) mettent en évidence l'inégale appropriation des outils numériques, en employant le terme de « fracture » et d'« inégalités numériques » (Mazaud, 2019). Les études se focalisent cependant sur l'usage du numérique dans la production : prévisions météo, gestion des intrants et des récoltes, comptabilité, démarches administratives, télédéclarations, partages de conseils entre agriculteurs via des forums en ligne. Le recours à Internet et aux réseaux sociaux pour la commercialisation des produits reste peu étudié, hors du marketing, du management et de la sociologie. C'est pourtant cet usage du numérique qui domine dans les exploitations en vente directe, en circuit court et en AB (*ibid.*). Il est perçu comme un moyen de renforcer la confiance et la fidélité du client (Hérault-Fournier, 2013), d'être à l'« écoute des attentes » (Angelini *et al.*, 2012) et d'adapter son offre en fonction de leurs attentes.

Pour reprendre les aspects développés dans ces travaux et les mettre en écho avec les résultats de l'enquête, notons que l'importance donnée à la communication varie suivant le profil des interrogés (*ibid.* ; Mazaud, 2019). Pour comprendre les pratiques de communication et le sens qui leur est donné, « les catégories d' « innovants » s'opposant à des « réfractaires » sont inadaptées car un même individu pourra avoir des comportements très variables selon l'usage qu'il pourra faire ou non de tel ou tel outil » (Mazaud, 2017). Il est plus pertinent de considérer la trajectoire de l'enquêté et de son exploitation : son ancienneté, le mode de production et de commercialisation.

Un lien s'observe ainsi entre le système de commercialisation et les modalités de communication (Mazaud, 2019). La plupart des exploitants et acteurs commercialisant en circuit long et ne pratiquant pas la vente directe ne communiquent pas sur leur activité sur Internet. *A contrario*, l'enquête montre des « appropriations spécifiques au sein de petites exploitations au service de la communication et de la vente directe en particulier » (Mazaud, 2019). Les exploitants en vente directe et, qui plus est, en AB installés récemment sont ceux qui évoquent le plus fréquemment la communication dans les entretiens et qui la considèrent comme décisive pour leur activité.

Angelini et ses coauteurs (2012) identifient trois profils types d'exploitants en fonction de leur usage de la communication et qui entrent en écho avec ceux des personnes enquêtées durant la thèse.

La première catégorie englobe les « exploitants qui ne parient que sur le bouche-à-oreille et n'incluent pas le numérique dans leur stratégie de développement » (*ibid.*). Dans ce cas, le choix de ne pas s'engager dans une stratégie de communication, qui plus est, numérique « n'est pas toujours dû à une absence de culture et de compétences numériques » (*ibid.*). Le cas du troisième locuteur est représentatif : ce maraîcher anciennement installé fait prévaloir le bouche-à-oreille et juge la communication peu nécessaire. Du fait de l'ancienneté de son exploitation et des qualités attribuées à sa production, la clientèle est jugée acquise, fidélisée et le bouche-à-oreille suffisant.

La deuxième catégorie correspond aux « exploitants qui utilisent les supports numériques et papiers (doublon). Ils sont convaincus des apports du numérique dans le cadre de leur travail et possèdent une assez bonne culture numérique. Mais ils tiennent compte également de la diversité de leur clientèle » (*ibid.*). Ce modèle qui associe communication « papier » et

numérique correspond à celui suivi évoquée par la première locutrice. Outre les supports numériques, des versions imprimées des documents de communication sont disponibles chez les exploitants et les acteurs impliqués, notamment s'ils accueillent du public. Le Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg dispose d'un site internet, de pages sur Facebook et Instagram et de dépliants et de brochures papier. La brochure évoquée par la première locutrice était, par exemple, disponible au Centre du patrimoine mondial, au *Gärtner und Häcker museum* (Musée de l'Horticulture et de la Viticulture), à la mairie de Bamberg et sur les stands de vente directe de deux maraîchers. L'emploi de supports variés est alors, en partie, lié à la diversité du public cible<sup>117</sup>.

La troisième catégorie renvoie à « des agriculteurs pionniers de l'usage du numérique dans toutes leurs activités : pour leur stratégie de vente et leur communication, mais aussi pour les aider à gérer et à produire en fonction de la demande de la clientèle » (*ibid.*). La deuxième locutrice s'inscrit dans cette catégorie. Il en est de même du maraîcher mentionné par la première interrogée. Ce dernier réalise un important travail de communication : création d'un site Internet, d'une page Facebook et Instagram et d'une application pour smartphone, participation à des podcasts, à des reportages audiovisuels sur Arte, Sat1 Bayern et Radio Bayern et à des articles dans la presse régionale. Il y présente son exploitation familiale, les écotypes bambergeois, l'histoire des maraîchers locaux et le label Bioland dont il bénéficie.

Pour conclure, la communication dans le cadre de la vente directe est associée à plusieurs enjeux : faire exister l'exploitation, la faire connaître des consommateurs et nouer « une relation de confiance » (*ibid.*) avec eux. Elle se traduit par une diversité de pratiques comme le montre la typologie de Angelini *et al.* (*ibid.*). Elle revêt un sens économique mais aussi social. Ce dernier transparait de deux manières. D'une part, la communication suscite des interactions entre les acteurs du bassin et avec les consommateurs. D'autre part, le sens qui lui est conféré et les pratiques auxquelles elle donne lieu varient en fonction des acteurs et de leur trajectoire sociale et professionnelle.

---

<sup>117</sup> Entretien PP1

### **1.2.3.5 L'achat-revente : le témoin de pratiques sociales, entre concurrence et coopération**

Pour terminer cette lecture compréhensive de la vente directe d'oignons et mettre, d'autant plus, en évidence l'entremêlement de significations économiques et sociales accordées à ce mode de commercialisation, j'aborderai la pratique de l'achat-revente de légumes. Cette pratique consiste, pour un producteur, à acheter à d'autres les légumes qu'il vend sur son stand, ce qui n'est pas sans controverses au sein de la profession maraîchère. Certains mettent en avant les coopérations entre producteurs pour organiser cet achat-revente tandis que d'autres affirment que les producteurs faisant de la vente directe sont censés produire l'ensemble des légumes qu'ils vendent.

L'analyse des discours sur l'achat-revente permet de considérer la signification sociale accordée à la vente directe : ces propos donnent à voir des interactions entre acteurs, leurs coopérations ou leurs oppositions et présentent une forte dimension sociale.

La revente est, en premier lieu, décrite comme le résultat d'une coopération entre producteurs. Lorsque je demande à ce maraîcher bambergéois disposant d'un stand de vente sur son exploitation s'il se fournit en complément chez un grossiste, il répond :

*« Peu auprès de grossistes, seulement à [X, un maraîcher de Bamberg]. Il m'apporte son aide et je lui achète des produits. Ou auprès de [Y, un autre maraîcher de Bamberg], je l'appelle pour savoir s'il a des produits, des caisses de salades, ce que je n'ai pas, en fonction de mes besoins. Et je vais les chercher ensuite chez lui. [Y] produit un peu plus que moi. » (M38)*

Il s'approvisionne auprès de deux maraîchers de la ville ayant un volume de production supérieur. L'achat des produits au premier maraîcher s'inscrit dans un échange et vient compenser une aide matérielle, notamment en main d'œuvre, dans l'acquisition de plants et d'intrants et en matériel agricole. Pour le second, il détaille davantage la procédure. L'achat est ponctuel et vient combler des manques. Il commande par téléphone et récupère les légumes chez son collègue dont l'exploitation se situe à un kilomètre de chez lui.

Ce discours donne un sens positif à la revente. Il appelle par leurs noms les maraîchers chez qui il s'approvisionne. Il dit échanger par téléphone régulièrement avec eux, s'aider mutuellement et être au fait des productions de chacun. Cela révèle une interconnaissance et des relations collégiales au sein de la profession. En privilégiant l'achat chez des maraîchers

bambergéois et « peu auprès de grossistes », la revente apparaît comme la marque d'une coopération locale.

La revente participe également de relations et de coopérations socio-professionnelles dans les Pyrénées-Orientales. L'approvisionnement se fait directement sur l'exploitation du producteur ou prend place sur le marché de gros de Perpignan qui joue ainsi un rôle clé dans la mise en relation de producteurs et de revendeurs. Des maraîchers ont, par exemple, défendu l'intérêt de l'achat-revente durant l'hiver où ils ne produisent qu'un nombre réduit de légumes : cela leur permet de répondre à une demande et compléter leur gamme.

Cela confirme l'analyse de Scorsino, de ses coauteurs (2022) et de Graby et Guillemain (2016) selon laquelle la revente est la marque d'une coopération entre acteurs. Dans une étude de cas sur un collectif paysan du Vaucluse, Scorsino et ses coauteurs (2022) montrent que les productions agricoles font l'objet d'un échange « soit monétaire, soit fondé sur du don contre don » (Scorsino *et al.*, 2022). Ce sont du « temps de travail », « de la main-d'œuvre, du matériel agricole, [...], des semences ou plants, du foncier » (*ibid.*) qui sont échangés. Ces échanges entre agriculteurs font émerger des relations sociales et participent à la structuration de réseaux et de collectifs professionnels localisés. En s'appuyant sur le cas du bassin légumier normand et d'un marché de plein vent de l'agglomération caennaise, Graby et Guillemain (2016) montrent l'importance du marché de gros caennais dans la mise en relation des acteurs ainsi que les « formes d'entraide » (*ibid.*) entre maraîchers et producteurs. Ces coopérations trouvent leurs racines dans l'intérêt mutuel que revêt la revente pour les deux parties. Le producteur écoule sa production et ses surplus (Scorsino *et al.*, 2022) tandis que le revendeur évite le stockage de produits, complète son offre et répond à la demande de ses clients (Graby & Guillemain, 2016).

Ces deux écrits ne soulignent cependant pas les tensions et les controverses que suscite la revente et qui apparaît dans les discours des enquêtés. La revente n'est effectivement pas sans créer des tensions entre les acteurs.

*« Beaucoup d'agriculteurs font de l'achat-revente. Ils s'échangent entre eux des produits... Donc en fait, ils sont vendeurs et quand t'es vendeur, c'est pas pareil. T'as pas toute la fatigue de l'agriculteur. Donc, nous, quand on vend, on vend que ce qu'on a vraiment produit. Et puis, là, j'pense que là, bon, il faut que les agriculteurs, ils fassent le ménage entre eux et, soit, ils vendent des produits de*



*leur exploitation, soit, ils sont commerçants. Mais, cette histoire de racheter... Normalement, t'avais le droit d'acheter 20% de ta production mais, ça peut être que tu fais de la salade toute l'année et puis, pendant un mois, il se trouve que tu t'es planté dans les plannings, il a fait trop chaud et il manque des salades. Donc, là, quand les gens, ils viennent, tu peux te dépanner chez le voisin, mais il faut pas que ce soit quelque chose de ...ça nous, on veut pas. » (M11)*

Cette maraîchère exerçant depuis les années 2000 dans les Pyrénées-Orientales est très critique envers la revente pratiquée par des maraîchers engagés en vente directe. Sa critique porte sur l'absence de transparence autour de cette pratique, son caractère récurrent chez certains et sur la moindre difficulté à vendre qu'à produire. D'après elle, la revente doit rester ponctuelle et remédier uniquement à des erreurs de planification et à des aléas climatiques.

Le ton est polémique et prescriptif. Il s'agit de dénoncer une situation et de formuler des recommandations. Elle cherche plus à exprimer une position et des règles à suivre qu'à les justifier par des arguments. Elle parle en son nom ou au nom de son exploitation en alternant entre « je » et « nous ». La cible des critiques n'est pas le « tu » qui s'apparente au pronom indéfini « on » mais le « ils » qui désignent les « agriculteurs [qui] font de l'achat-revente ». L'animosité est suggérée par l'accumulation des phrases qui donne du rythme au propos.

Le discours donne à voir une opposition entre la vente d'une production personnelle et la revente. La revente relèverait de la tromperie et est, en effet, décrite comme une « histoire » au sens d'un récit faux et mensonger (CNRTL). À l'inverse, la vente d'une production personnelle est perçue comme un signe de transparence et de vérité. La description de sa situation et l'emploi de l'adverbe « vraiment » montrent ce souci de transparence : « nous quand on vend, on vend que ce qu'on a vraiment produit ». Inviter à ce que « les agriculteurs, ils fassent le ménage entre eux » se comprend comme une injonction à davantage de transparence : faire le ménage désigne ici au sens figuré, régler des problèmes. Deux options sont possibles mais strictement opposées, au vu de la conjonction « soit » : être commerçant ou être producteur.

La revente est un moyen d'identifier de « vrais » et de « faux » producteurs : les producteurs faisant de l'achat-revente, « en fait, ils sont vendeurs et quand t'es vendeur, c'est pas pareil ». Cela signifie implicitement qu'ils ne sont pas réellement producteurs. La revente a, dès lors, une signification sociale et professionnelle : elle met à mal la cohésion du groupe

professionnel constitués par les agriculteurs et la cohérence de son identité. L'invitation à distinguer les « vrais » agriculteurs des revendeurs sonne comme un appel à structurer et à mieux définir cette identité professionnelle.

Malgré sa critique, elle formule des exceptions qui autorisent la revente : si cela est autorisé par la réglementation et qui a trait au « droit d'acheter 20% de ta production » ou si cela reste exceptionnel et imprévu, en témoigne les expressions de la potentialité : « ça peut être », « il se trouve », « tu peux te dépanner ». Le fait de décrire cette règle au travers d'exemples indique son caractère informel : son application dépend du juger de chacun, suivant une situation concrète. Cette concession ne modifie cependant pas sa position et son opposition à la revente par des maraîchers qu'elle réaffirme dans la dernière phrase : « il faut pas que ce soit quelque chose de ...ça, nous, on veut pas ».

Les controverses autour de la revente ont conduit des enquêtés à justifier leurs pratiques en se référant à ce qu'autorise la loi. En France, la revente fait l'objet d'une réglementation : « un agriculteur a le droit de faire de l'achat/revente à condition que ça ne dépasse 30% du chiffre d'affaires. Sinon, il faut créer une structure commerciale » (M7), explique ce maraîcher. Au-delà de cette réglementation nationale, des règles locales ont été instituées en vue de limiter ou d'explicitier la revente. Sur le marché des producteurs de Prades, dans les Pyrénées-Orientales, une charte impose aux producteurs participants de ne vendre que leur production<sup>118</sup>. Des maraîchers revendiquent sur leur stand ne vendre que leur production. D'autres cherchent à assumer cette pratique et à la clarifier. Lorsqu'elle va sur le marché, une maraîchère colle des autocollants de couleurs sur les étiquettes des produits qui ne proviennent pas de son exploitation<sup>119</sup>. De même, trois maraîchers rencontrés ont créé des structures distinctes pour expliciter leur « double casquette de producteurs et de commerçant » (M29) : une exploitation agricole pour la production et une structure commerciale telle qu'une SARL (Société à responsabilité limitée) ou une SAS (Société par actions simplifiée) pour la vente.

---

<sup>118</sup> Entretiens M19, M23, M24, M25

<sup>119</sup> Entretien M24

À Bamberg, aussi, des enquêtés formulent une critique de l'achat-revente. Pour ce maraîcher, la revente permet de différencier les producteurs des revendeurs exclusifs et de caractériser le métier de producteur et rejoint, sur ce point, l'enquêtée précédente.

*« Sur le marché de Bamberg, ce ne sont pas des producteurs, ce sont des commerçants. Beaucoup achètent leurs produits à Nuremberg et les vendent sur le marché. Mais, peu sont vraiment producteurs. » (M36)*

Le locuteur considère que, sur le marché du centre-ville de Bamberg, la pratique de la revente est chose commune et que les stands sont principalement ceux de « commerçants ». En effet, seul un maraîcher bambergeois est présent sur le marché central de Bamberg. Le locuteur n'y participe pas du fait du prix des stands et de l'organisation que cela implique ; il préfère vendre sa production à des supermarchés et à des restaurateurs locaux.

La pratique de la revente est, d'après lui, un critère de différenciation entre les commerçants et les producteurs. Vendre des produits qui ne sont pas issus de sa production est le fait de commerçants alors que vendre sa propre production est celui des producteurs et conditionne le fait d'être « vraiment producteurs » (« *wirklich Produzenten* »). L'usage de l'adverbe « vraiment » (« *wirklich* ») suggère une définition du producteur admise permettant de distinguer le vrai du faux producteur et la forte identité au sein de la profession.

Au-delà de son sens économique comme moyen de renforcer une offre en vente directe et de répondre à une demande, l'achat-revente a une signification sociale. À Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales, les pratiques et les représentations qu'elles suscitent témoignent d'interactions et de coopérations entre les acteurs que sont les producteurs, les distributeurs et les commerçants. Ces coopérations se font souvent entre des acteurs qui appartiennent à un même mode de production, en bio ou en conventionnel, et peuvent viser à mettre en avant la production de pairs. Qu'elles soient conflictuelles ou inscrites dans une coopération, les interactions entre acteurs sont constitutives de la revente et soulignent le sens social que revêtent cette pratique et, plus largement, la vente directe.

### **1.3 CONCLUSION ET DISCUSSION : QUEL SENS LA VENTE D'OIGNONS A-T-ELLE ?**

Il s'agissait, dans la première partie de ce chapitre, d'analyser le sens pris par la vente d'oignons chez les acteurs enquêtés et, notamment, des producteurs et des distributeurs.

L'économie a une place de poids dans les discours autour de la vente. Lors de la vente d'oignons, les producteurs cherchent à promouvoir leur production auprès de leurs clients qu'ils soient professionnels ou particuliers, à mieux les connaître, à les fidéliser et à percevoir leur degré de satisfaction et leurs envies. La finalité est souvent clairement exprimée par les maraîchers : écouler sa production au meilleur prix et le plus aisément possible. Au vu de l'importance donnée aux coûts, au client et au prix de vente par les producteurs d'oignons, la vente directe ou impliquant des intermédiaires apparaît comme un enjeu principalement économique.

Cependant, la vente a aussi une signification sociale et sensible et ces trois significations s'entremêlent dans les discours.

La signification sociale se manifeste par l'ampleur des interactions sociales au moment de la vente. La relation d'affaires entre acheteur et vendeur se double potentiellement d'une proximité interpersonnelle et d'une relation amicale. Le choix du mode de vente peut, de même, faire suite à des échanges entre acteurs ou s'inscrire dans des démarches collectives tels que des labels et des réseaux associatifs. Les discours révèlent, en revanche, de la concurrence, des tensions et des oppositions entre les acteurs. La signification sensible est, quant à elle, liée au fait que la vente, l'interaction avec le client et la présentation des produits suscitent des perceptions sensorielles et des émotions, allant de l'ennui à la joie.

Le croisement permanent de ces trois significations dans les discours peut être discuté au regard des perspectives contemporaines de recherche en SHS sur la vente de produits agricoles et alimentaires.

La première discussion porte sur la distinction fréquente entre trois approches de la vente où l'angle est tantôt économique, tantôt social et tantôt sensible. Des travaux en sociologie et en anthropologie promeuvent un angle alternatif pour appréhender le commerce de produits agricoles. Dusan Kazic invitait, tout particulièrement, à ne pas réduire un produit agricole à une simple marchandise, à un objet économique voué à être échangé sur un marché et consommé. Le parti pris était alors d'envisager le commerce de denrées agricoles sous un angle moins productif et économique que sensible et esthétique (Kazic, 2022). Je souhaitais réinterroger cette posture de recherche et me demander quelle place prenait l'économie dans les discours tenus durant les entretiens. S'efface-t-elle devant d'autres domaines de significations ou demeure-t-elle centrale ? Or, il apparaît que, certes, une signification

sensible et sociale est accordée à la vente mais que l'économie conserve une place de poids dans les discours. L'approche compréhensive s'avère, dans ces conditions, stimulante : elle permet de ne pas mettre l'accent d'emblée sur un registre de sens spécifique et d'aborder de manière transversale la vente de produits alimentaires. La parole est donnée aux acteurs et les résultats se fondent sur les discours formulés lors des entretiens.

Une deuxième piste de discussion est ouverte par la mise en évidence d'une signification sociale et sensible accordée à l'oignon par des acteurs engagés dans des circuits longs. Comme cela a été mentionné au début du chapitre, la vente directe et les circuits courts sont considérés par la recherche comme des vecteurs de liens sociaux (Bricas *et al.*, 2013 ; Navarro, 2012), rapprochant consommateurs et producteurs, et comme faisant émerger un rapport sensible aux végétaux vendus (Kazic, 2022). L'analyse menée ici confirme ces éléments mais montre que cela concerne aussi les discours à propos de circuits longs.

Vendre ses oignons via des paniers, sur un marché de plein vent, dans son exploitation, sur le marché de gros de Perpignan ou en direct à un Biocoop favorise les interactions sociales. Cependant le passage par un grossiste ou un expéditeur peut avoir un effet similaire. L'exemple de la centrale d'expédition Alterbio et de l'association de producteurs Terroir Bio d'Occitanie l'illustre : l'entreprise se charge d'expédier sur des circuits longs les produits des membres de l'association et assure le suivi des exploitations. Ces contacts réguliers entre les producteurs et les agents d'Alterbio favorisent l'interconnaissance<sup>120</sup> et donnent une dimension sociale à la vente de l'oignon.

Or, les circuits longs tendent à être perçus par la littérature comme déterritorialisés, détachés d'un contexte social local et dépourvus d'identité. Ils sont, en quelque sorte, l'emblème d'une agriculture productiviste, mondialisée et conventionnelle (Rastoin, 2000 ; Rieutort, 2009).

L'analyse formulée ici invite à questionner l'apparente absence d'ancrage social des circuits longs et des acteurs engagés dans ce type de circuit. Les propos de Rieutort (2009) ouvrent sur une telle remise en question. Le géographe estime *qu'a priori* :

*« Les facteurs d'enracinement dans les territoires paraissent ténus, les sentiments d'appartenance et d'appropriation des acteurs ruraux – de plus en plus diversifiés – s'affaiblissent et l'on peut parler de « dé-territorialisation » pour une agriculture*

---

<sup>120</sup> Entretien D4

*productiviste peu soucieuse des terroirs paysans d'autrefois, insérée dans les filières agro-industrielles et bassins de production spécialisés » (Rieutort, 2009).*

Il nuance néanmoins ce point de vue :

*« En réalité, ce processus de « dé-territorialisation » n'est pertinent qu'à petite échelle et sur « l'espace global ». Il cache de fortes dynamiques sociales « enracinées » » (ibid.).*

L'agriculture, qu'elle soit inscrite ou non dans des circuits longs, est le support d'un « sentiment identitaire » (ibid.) et d'une « sociabilité » (ibid.).

Les résultats présentés dans ce chapitre invitent donc à réaffirmer la nécessité de ne pas opposer circuit court et circuit long sur le plan de leur signification sensible et sociale et à souligner l'existence de pratiques sociales dans les circuits longs. Dans le cadre de l'enquête, les difficultés liées à la prise de rendez-vous n'ont permis qu'une saisie partielle du sens donné à l'oignon et à sa vente par les acteurs intermédiaires, issus des secteurs de la logistique, du commerce de gros et de la distribution. Il en résulte que la vente a été principalement abordée du point de vue des maraîchers. Il serait intéressant d'approfondir l'analyse par une étude compréhensive ciblée sur les acteurs intermédiaires et ce, d'autant plus que les SHS et la géographie portent une attention croissante à ce type d'acteurs dans les circuits alimentaires (Baritoux & Chazoule, 2018 ; Chazoule *et al.*, 2018 ; Weber, 2022).

## **2 L'OIGNON DANS L'ASSIETTE : PRATIQUES CULINAIRES ET PLAISIR DES SENS**

Ce chapitre analyse la manière dont est consommé et cuisiné l'oignon sur les terrains d'études et pose la question suivante : quelle signification prend sa préparation à des fins culinaires et sa consommation ?

L'hypothèse posée en introduction amène à examiner dans quelle mesure l'entremêlement de significations sensibles, sociales et économiques accordées aux pratiques culinaires et de consommation permet de mieux comprendre l'orientation vers un type d'oignon. Pour l'examiner, la parole est donnée aux restaurateurs et aux acteurs qui ont évoqué leur façon de consommer et de cuisiner de l'oignon durant les entretiens.

Je montrerai que l'importance donnée au goût et à l'odorat, aux sensations témoignent d'une signification sensible donnée à l'oignon. Ce légume est aussi entouré de pratiques collectives dotées d'une signification sociale (cf. 2.1 ; 2.2). Enfin, les propos ne se départissent pas d'une dimension économique qui se manifeste par la relation considérée comme purement économique et professionnelle entre les maraîchers et les restaurateurs et par le poids du prix dans le choix de tel ou tel oignon (cf. 2.3).

## **2.1 L'OIGNON : UN ALIMENT ENTOURÉ DE PERCEPTIONS SENSIBLES ET DE PRATIQUES SOCIALES**

L'utilisation de l'oignon en cuisine et dans l'alimentation fait l'objet, d'une part, de pratiques et de représentations collectives qui témoignent de sa signification sociale et, d'autre part, de perceptions et de sensations qui témoignent de sa signification sensible.

L'oignon fait, tout d'abord, l'objet de représentations collectives qui mettent en avant tantôt sa banalité, tantôt son originalité. L'oignon souffre, en effet, de représentations négatives, soulignant sa banalité et sa normalité.

*« Après, y a l'oignon « bateau », pour faire les fonds de sauce, les choses comme ça. L'oignon jaune, tout bête. » (R5)*

Ce restaurateur décrit l'oignon jaune qu'il utilise communément dans sa cuisine et le distingue de l'oignon de Toulouges qu'il vient d'évoquer dans l'entretien. Pour amplifier le contraste entre les deux oignons, il met l'accent sur sa normalité en le qualifiant de « bateau » ou de « tout bête ». De même, la fonction qu'il remplit est peu mise en valeur : « pour faire les fonds de sauce, les choses comme ça ». L'oignon jaune n'apparaît pas en tant que tel dans les recettes, il est intégré à des sauces comme base. Ces expressions péjoratives témoignent de l'image peu valorisante de l'oignon jaune.

L'oignon est cependant associé à des représentations sociales et à des sensations plus positives. Le cas de l'oignon de Toulouges est, sur ce point, représentatif. La quasi-totalité des interrogés soulignent les qualités gustatives de l'écotype et considèrent comme une évidence son association dans une salade de tomates. Cette association mentionnée dans la quasi-totalité des entretiens fait figure d'une pratique partagée et collectivement admise. L'oignon est cru, coupé en lamelles et disposé sur des tomates avec un peu d'huile d'olive.

*« Le Toulouges, c'est un oignon d'été. C'est un oignon frais que l'on mange en été, sur le mois de juillet et le mois d'août. Voilà, c'est des oignons de salade d'été avec la tomate. Voilà, ça, c'est le vrai Toulouges. » (P2)*

*« C'est vrai que le vrai oignon de Toulouges, il est magnifique. L'été avec la tomate, c'est... » (M7)*

*« Écoutez, traditionnellement avec quelques bonnes tomates, justement des tomates de couleurs, des tomates qui ont des qualités gustatives, du sel de Guérande, quelques copeaux d'oignons rouges de Toulouges, une bonne huile d'olive et puis ça suffit, rien d'autre, voilà. C'est vraiment un oignon, par excellence, qu'on mange cru, [...] Mais oui, traditionnellement, chez nous, les Catalans, oui, bien sûr, avec une bonne tomate, une bonne huile d'olive, un petit peu de sel de Guérande et puis, ça suffit. » (M29)*

Les trois extraits sont représentatifs de ceux tenus par de très nombreux interrogés et associent :

- Un lexique hyperbolique et mélioratif : « qualités », l'adjectif « bon » utilisé à quatre reprises, « par excellence »,
- Le champ lexical de l'authenticité : « vrai », « vraiment », « traditionnellement » répété deux fois et, « et puis, ça suffit » répété également deux fois et qui suggère que ce plat, certes simple, se suffit à lui-même. Aussi, l'expression « bien sûr » suggère-t-elle l'évidence de cette recette,
- Un présent d'habitude ou de vérité générale : « c'est un oignon d'été. C'est un oignon frais », « ça, c'est le vrai Toulouges », « ça suffit ».

Cette pratique apparaît comme une norme tacite : elle est communément admise si bien qu'elle correspond à la représentation sociale des repas d'été dans les Pyrénées-Orientales. L'ancrage de la pratique est tel que des restaurateurs proposent des réinterprétations de la salade de tomates. Sur son site Internet, un des chefs interrogés publie une photo d'une déclinaison de tomates agrémentée d'oignons de Toulouges. La tomate y est travaillée sous une forme crue, en sorbet et en gelée et est complétée de basilic et d'oignons de Toulouges (cf. Figure 2).

Un deuxième chef utilise, lui, l'oignon de Toulouges lorsqu'il est encore jeune, « en cébette », et y ajoute du céleri de deux types : du céleri branche ou du céleri sauvage, appelé livèche.



*« On va garder le côté fraîcheur, donc ça va être la tomate, ça va être la cébette. La cébette, c'est la pointe, le vert du haut de l'oignon. [...] On coupe très fin et on met ça avec la salade de tomate. Qu'est-ce qu'on met dessus ? Cébette et céleri branche. Le céleri branche, c'est très très bon. Céleri branche, la livèche, le céleri sauvage. » (R14)*

Il décrit la préparation du met en insistant sur la finesse de la tâche. Seule une partie de l'oignon est sélectionnée, à savoir, les feuilles de l'oignon encore tendre ; et le tout est coupé « très fin ». La préparation convoque ainsi des perceptions sensibles. Le choix d'associer tomates, cébette et céleri est motivé pour les sensations que la dégustation de ces produits procure. La tomate et la cébette servent à « garder le côté fraîcheur », rappelant la représentation collective associant ce plat à l'été, tandis que le céleri branche est jugé « très très bon ». Cette revisite de la salade de tomates met en évidence la signification sensible et sociale de la cuisine de l'oignon. Elle est associée à des plats ancrés localement et à des perceptions visuelles et gustatives.

Au-delà de cet écotype, l'oignon, de manière générale, est relié à des représentations sociales et à des sensations positives, fondées sur son omniprésence en cuisine et dans l'alimentation et sur l'infinité d'utilisations possibles. Les discours des restaurateurs officiant à Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales en témoignent.

*« L'oignon, on le met partout sauf en dessert [rires]. Partout, dans les soupes, les entrées, rôtis, steaks, il y a partout de l'oignon, en salade, c'est partout. Mais pas en dessert. [...] Il y a les Zwiebelrostbraten [rôtis de porc aux oignons]. Et quand nous avons des fêtes, on fait aussi des Zwiebelkuchen. C'est une pâte à pain avec, ensuite, des oignons, des lardons et cuite au four. » (R8)*

*« Vous verrez, toutes les recettes commencent par faire revenir l'oignon et puis, c'est les premières senteurs quand on arrive dans une cuisine souvent. Ça sent l'oignon, ça sent bon. C'est une saveur agréable. » (R2)*

*« On peut vraiment faire beaucoup de choses avec l'oignon et le moment où le client dit peut-être : « c'est quelque chose de complètement nouveau, je n'ai jamais mangé l'oignon comme ça », frit sous forme d'oignon croustillant ou d'anneau, ou de purée d'oignons, de crème d'oignons. » (R7)*

Ces trois restaurateurs s'accordent pour dire que l'oignon est un légume clé de l'alimentation. Le premier énumère les modes d'utilisation de l'oignon et ironise sur le fait qu'il est présent « partout sauf en dessert ». La répétition à quatre reprises de « partout » souligne à quel point l'oignon est perçu comme central. Il cite ensuite deux recettes qui mettent au centre l'oignon et qui sont très connues en Allemagne ou qui, du moins, ont été maints fois citées dans les entretiens dans la région de Bamberg<sup>121</sup>.

Pour illustrer l'omniprésence de l'oignon, le deuxième locuteur qui est un restaurateur installé dans les Pyrénées-Orientales évoque la pratique récurrente qui consiste à faire revenir un oignon au début d'une recette. Il décrit la perception olfactive suscitée par l'oignon à cet instant. L'odeur crée une sensation « agréable » : « ça sent bon ». Le parallélisme, « ça sent l'oignon, ça sent bon », et le présent d'habitude qui témoigne de la régularité de cette sensation et de la mise en commun d'expériences passées, renforce cette représentation positive de l'oignon.

Le dernier extrait provient d'un entretien avec un restaurateur de Bamberg. Il se montre positif et insiste sur la diversité des manières de cuisiner et de consommer de l'oignon. Lorsqu'il l'utilise, son souci est d'étonner le client. Cela sous-entend que l'oignon fait l'objet de pratiques culinaires communes et qu'en dépit de cela, il est toujours possible de surprendre le client. Le chef se donne la mission de susciter l'étonnement et donne des exemples de recettes qui sont, selon lui, plus atypiques : l'oignon frit, en purée et en velouté.

En définitive, l'oignon est décrit par les restaurateurs comme un ingrédient central dans leur cuisine et pouvant être utilisé d'une infinité de manières. L'oignon est au cœur de pratiques ayant une forte signification sociale, c'est-à-dire que ces pratiques sont considérées comme communes par les acteurs et qu'elles sont mentionnées à plusieurs reprises sur l'un des terrains d'étude ou sur les deux. L'omniprésence de l'oignon en cuisine et l'existence de recettes « consacrées » et de pratiques culinaires collectivement partagées au-delà des frontières nationales manifestent la signification sociale accordée à la cuisine de l'oignon. Si l'on ajoute à cela les perceptions visuelles, gustatives et olfactives, les sensations et les représentations collectives qu'elle suscite, la cuisine de l'oignon acquiert une signification sensible et sociale.

---

<sup>121</sup> Entretiens M35, M37, M38, M39, P8, SC3, PP1

## 2.2 DES INTERACTIONS REVENDIQUÉES ENTRE RESTAURATEURS ET MARAÎCHERS

Cette signification sociale se manifeste, de plus, dans les relations que disent entretenir les restaurateurs et les maraîchers entre eux. Cette relation est particulièrement revendiquée par les restaurateurs. Le responsable de la cuisine d'une brasserie bambergéenne justifie le choix de s'approvisionner chez un maraîcher par leur connaissance mutuelle.

*« Mon chef le connaît déjà depuis longtemps. Et ici, c'est la Gärtnerstadt et ils nous livrent depuis que je suis au restaurant. Donc tout est très enraciné. On les connaît depuis longtemps. Ils viennent aussi manger. » (R10)*

Le lien entre le directeur du restaurant et le maraîcher est ancien, comme le montre la double répétition de « depuis longtemps ». L'interrogé insiste sur le rôle de la proximité géographique dans cette relation : le restaurant et l'exploitation maraîchère sont implantés dans la *Gärtnerstadt* et séparés par moins d'un kilomètre. Les relations et le mode d'approvisionnement sont, pour ainsi dire, « enracinés » (« *verwurzelt* ») : ils sont ancrés dans les pratiques et relèvent de l'habitude. L'entretien m'a permis de constater cette interconnaissance puisque j'ai pu, à ce moment-là, rencontrer le maraîcher qui venait voir le directeur du restaurant.

Plus encore, des restaurateurs soulignent un lien personnel avec l'agriculture du fait de leur origine familiale ou de la possession d'une exploitation. Or, cela influence leurs pratiques d'approvisionnement en légumes. Illustrons ce point en prenant l'exemple de deux chefs gastronomiques dans les Pyrénées-Orientales.

Le premier dispose de sa propre exploitation maraîchère et arboricole. Originaire d'une commune limitrophe de Perpignan, il n'est pas issu du monde agricole mais possède son exploitation maraîchère et arboricole. L'après-midi, quand il n'est pas en cuisine, il s'occupe de cette exploitation où se trouvent, entre autres, des oignons de Toulouges. Il affirme : « c'est passionnant, je suis passionné d'agriculture » (R1). Ce lien personnel avec le maraîchage influence ses pratiques culinaires et d'approvisionnement : il utilise les légumes qu'ils cultivent pour son restaurant et a à cœur de cultiver et de cuisiner ces écotypes locaux. Ce lien permet, en partie, de comprendre ses prises de position durant l'entretien au sujet de la situation de l'agriculture dans les Pyrénées-Orientales (cf. Chapitre 7, 3.2). Il accorde de l'importance à cette activité et s'exprime donc à son sujet.

Le second restaurateur vient d'une famille de maraîchers et indique que, parmi ses sources d'approvisionnement en légumes :

*« J'ai la famille aussi. J'ai mon oncle qui est à la retraite mais, bon, qui me fournit aussi. Ma famille était maraîcher. Donc, j'ai baigné là-dedans. Dès l'âge de huit ans, je cueillais des tomates. [...] Et puis, le panier, on arrivait pas à le soulever [rires]. Alors, ça, c'était sur les terrains où y avait ... les terrains de mon grand-père. Donc, c'était mon oncle qui occupait les terrains. » (R4)*

Le lien familial au maraîchage paraît fort : il suscite des souvenirs, une représentation de l'espace forgée par la localisation des parcelles familiales. Cette origine agricole est perçue comme marquante pour sa trajectoire individuelle et sa socialisation : « j'ai baigné là-dedans ». Cela fait qu'il s'approvisionne en légumes, en partie, chez son oncle et le motive à s'approvisionner chez des agriculteurs locaux.

Ces deux chefs revendiquent, de ce fait, un lien personnel à l'agriculture, ce qui permet de comprendre leur choix de s'approvisionner en oignons auprès d'agriculteurs locaux.

Cet approvisionnement au niveau local est valorisé dans les discours. Pour les représentants du réseau Slow Food rencontrés à Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales, renforcer la relation entre les restaurateurs et les maraîchers est un enjeu crucial<sup>122</sup>. C'est pourquoi, à Bamberg, Slow Food organise une journée thématique au printemps où ils invitent des restaurateurs à préparer un menu spécial avec les légumes de maraîchers de la ville. Cette journée a été mentionnée par la quasi-totalité des restaurateurs enquêtés sans que je leur demande explicitement s'ils y prenaient part. Elle s'est donc imposée dans le calendrier des restaurateurs et apparaît comme un des principaux moments voire, parfois, le seul où ils cuisinent des légumes de maraîchers bambergeois. Dans les Pyrénées-Orientales, l'action de Slow Food pour relier restaurateurs et maraîchers prend la forme d'un marché de producteurs. Organisé tous les mois à Elne depuis octobre 2020, le Marché de la terre ou *Mercat de la terra* regroupent des producteurs de la plaine du Roussillon. À chaque session, un ou des chefs cuisiniers sont invités pour rencontrer les producteurs présents et concocter un repas avec leurs légumes. Un des organisateurs dit vouloir faire des restaurateurs des « VIP » sur le marché afin, à terme, d'« accélérer le processus pour que les chefs cuisiniers

---

<sup>122</sup> Entretiens SC2, SC7

s'approvisionnement en local » (SC2). Par ces deux initiatives, les enquêtés membres de Slow Food affirment chercher à renforcer la relation entre maraîchers et restaurateurs en faisant évoluer les pratiques d'approvisionnement en légumes vers davantage de local.

L'oignon acquiert, en cela, une signification sociale : il est au cœur de relations entre producteurs et restaurateurs. Ces relations sont généralement souhaitées et valorisées : qu'ils soient ou non restaurateurs et maraîchers, de nombreux acteurs ont perçu comme important qu'un restaurateur s'approvisionne auprès d'un exploitant local<sup>123</sup>.

Pour conclure, l'enquête montre que cuisiner et consommer l'oignon ont une signification sensible et sociale chez les acteurs. Les discours dévoilent les sensations gustatives et olfactives suscitées par la cuisine et la consommation d'oignons, des interactions entre producteurs d'oignons et restaurateurs, des pratiques culinaires communes et des représentations partagées de l'oignon en tant qu'aliment. Ces éléments éclairent le choix des oignons par les restaurateurs : il se portera, notamment, sur un oignon au goût apprécié ou produit par un maraîcher local.

Il apparaît cependant que le goût d'un oignon, l'odeur qu'il suscite et sa culture dans les parcelles d'un maraîcher local ne suffisent pas à le mener dans les cuisines des restaurateurs. La compréhension du choix des oignons implique, par conséquent, d'envisager des éléments d'ordre économique.

### **2.3 L'ÉCONOMIE QUI RESURGIT**

Lorsque l'oignon est envisagé comme aliment par les enquêtés, l'économie n'est jamais loin. Le prix, la disponibilité et la praticité d'utilisation sont des critères déterminants dans le choix des oignons par un restaurateur. Cette partie montre en quoi la cuisine et la consommation de l'oignon acquièrent une signification économique. Cette dernière sera analysée de deux manières : en montrant, d'une part, la division du travail qui s'opère entre les acteurs agricoles et ceux de la restauration et, d'autre part, l'importance d'éléments économiques tels que le prix dans le choix des oignons.

---

<sup>123</sup> Entretiens SC2, SC4, R2, R3, R4, R6, R14, M14, M36, CH3

## 2.3.1 Division du travail : maraîchers et restaurateurs, deux mondes qui s'ignorent ?

### 2.3.1.1 Une relation plus distendue qu'il n'y paraît

Bien qu'elle soit revendiquée par des restaurateurs et valorisée, la relation entre agriculteurs et restaurateurs s'avère plus ténue qu'il n'y paraît.

Durant l'enquête, je remarque que, dans les Pyrénées-Orientales, l'approvisionnement auprès de maraîchers est mis en avant tandis que celui auprès d'un grossiste comme Métro à Perpignan n'est évoqué que dans un second temps<sup>124</sup>. De même, à Bamberg, tous les restaurateurs indiquent, dans un premier temps, s'approvisionner chez des maraîchers de la ville et que leurs collègues font généralement de même. Toutefois, dans la suite de l'entretien, je m'aperçois que ce mode d'approvisionnement est ponctuel et représente un nombre de variétés et un volume limités. La plupart des légumes sont achetés auprès, notamment, du grossiste De-We.

« La plupart des brasseries traditionnelles et restaurants utilisent beaucoup de légumes de Bamberg. Il y a aussi différents maraîchers qui livrent les restaurants. » (R10), commence, par exemple, par dire ce restaurateur avant de présenter comment l'achat des légumes au maraîcher s'opère concrètement dans son restaurant :

*« Quand c'est l'été : choux ou pommes de terre. Et sinon, ils [l'exploitation de Bamberg chez qui le restaurant s'approvisionne] nous disent quels produits, ils ont à ce moment-là : des radis, ce qui est prêt et mûr. On leur commande et, ensuite, ils nous les apportent. Et ce n'est pas toujours nous qui commandons, c'est aussi parfois lui qui appelle et qui nous dit ce qu'il a : de bonnes tomates, si j'en veux. Ce n'est pas toutes les semaines. En été, naturellement, il en a souvent plus et, en hiver, moins. En hiver, il n'a pas autant de produits. » (R10)*

Sans être inexistant, il est plus réduit que ce que pouvait sous-entendre le « beaucoup » de la première citation. L'approvisionnement local concerne principalement des écotypes de légumes de Bamberg que sont le chou, la pomme de terre *Hörnla*, le radis et qui ne sont pas disponibles chez un grossiste comme De-We. Cela varie, en outre, suivant la saison. Les commandes ont principalement lieu en été et au début de l'automne où le maraîcher a davantage de produits. Pour les autres légumes et les autres périodes, l'achat des légumes se

---

<sup>124</sup> Entretiens R1, R4, R5, R14

fait auprès du grossiste De-We. Cet extrait conduit à nuancer l'ampleur de l'approvisionnement auprès des maraîchers bambergeois et l'intensité des interactions sociales entre maraîchers et restaurateurs.

Le propos de cette responsable de la cuisine d'une brasserie bambergeoise confirme cela. Elle explique quels légumes sont achetés à des maraîchers locaux :

*« Quand nous cuisinons des produits spéciaux comme l'ail de Bamberg ou le chou pointu [Spitzwirsing], là, on les prend chez les maraîchers. [...] Par exemple pour l'ail de Bamberg, on l'achète chez [X, un maraîcher bambergeois]. Il y a tellement de noms [rires]. C'est le seul légume qu'on prend chez lui. C'est juste une ou deux fois par an. C'est comme avec le chou pointu. Mais ce n'est pas très fréquent. »*  
(R11)

Cette restauratrice affirme que les légumes achetés à des maraîchers de Bamberg sont principalement des écotypes locaux, typiques de Bamberg et insiste sur le caractère très ponctuel de cette démarche à travers des expressions restrictives ou négatives. Ces achats concernent des produits qui ne sont pas disponibles chez des grossistes. Il s'agit, selon elle, de « produits spéciaux » (« *Spezialprodukte* ») et, en l'occurrence, d'écotypes locaux de Bamberg. Elle précise, par la suite, que ces achats sont très ponctuels interviennent lors des journées organisées par Slow Food précédemment mentionnées (cf. Chapitre 3, 2.2.2.11).

De ce fait, la proximité géographique n'entraîne pas nécessairement de relations étroites entre maraîchers et restaurateurs. En d'autres termes, une proximité géographique n'est pas synonyme de proximité organisationnelle (Praly, 2010 ; Praly *et al.*, 2014). Parcourir une dizaine de kilomètres permet à un restaurateur d'accéder à des exploitations dans les Pyrénées-Orientales et ce nombre est plus réduit à Bamberg. Néanmoins, cela ne garantit pas l'approvisionnement auprès d'un maraîcher local ni une relation étroite avec ce dernier.

À la question de savoir s'il est en relation étroite avec un maraîcher, ce restaurateur installé à quelques kilomètres de Bamberg répond :

*« Une relation étroite ...euh... [X, un maraîcher de sa commune]. Par exemple, je l'appelle. On se dit : allô, allô. Qu'as-tu la semaine prochaine ou qu'est-ce que tu produis ? Et ensuite, il me dit : oui, dans 4 semaines, j'aurais ce produit. On y réfléchit avec le chef ou avec ma femme qui est cheffe dans la cuisine. [...] Et ensuite, on dit : ok, on prend ce produit. C'est une relation économique mais pas*

*une relation étroite. Ce n'est pas comme si les chefs et les maraîchers buvaient une bière ensemble. Mais il y a d'autres collègues qui achètent chez X. » (R8)*

Ce restaurateur achète ses légumes à trois maraîchers. La communication se fait principalement par téléphone : le maraîcher l'informe de l'état de sa production et le restaurateur lui passe commande. La démarche paraît rodée, en témoigne le présent d'habitude : « je l'appelle. On se dit », « on y réfléchit ». Bien que régulière, leur relation ne dépasse pas le cadre professionnel : « c'est une relation économique mais pas une relation étroite ». La marque d'une relation plus familière et interpersonnelle serait la consommation d'une bière en dehors des heures de travail, ce qui n'est pas le cas. Cette dernière remarque, d'après lui, n'est pas uniquement valable dans son cas et concerne « les chefs et les maraîchers » en général.

La relation entretenue avec un restaurateur peut également être perçue par les maraîchers comme purement économique et professionnelle. Citons les paroles d'un maraîcher bambergeois qui livre trois restaurants de Bamberg et qui expose sa manière de procéder : « ils commandent par téléphone ou par e-mail. Et ensuite, on va dans la ville en voiture et on livre vers 9h » (M36). Cette description brève de la méthode de livraison souligne le rodage et l'habitude, bien que l'utilisation de la voiture suggère de petits volumes. La désignation des restaurateurs par le pronom personnel pluriel « ils » suggère l'absence de lien interpersonnel avec les restaurateurs. La relation au restaurateur dépend de cette livraison et apparaît très formalisée et organisée. Elle s'apparente à une division du travail où le maraîcher est chargé de produire des légumes et le restaurateur de les cuisiner : entre eux, l'enjeu est d'optimiser le transfert des produits par une livraison rodée et efficace. Dans ces conditions, l'achat des oignons à des maraîchers locaux par des restaurateurs acquiert un sens principalement économique. Elle ne donne pas lieu ici à des relations extra-professionnelles et à de l'interconnaissance qui démontrerait que cet achat a une signification sociale.

### ***2.3.1.2 Un approvisionnement local remis en question par un arbitrage économique en faveur des grossistes***

Si les liens entre maraîchers et restaurateurs paraissent distendus durant les entretiens, cela provient du fait que les restaurateurs ne s'approvisionnent pas tous et pas en intégralité chez des maraîchers locaux. L'orientation vers un maraîcher local ou vers un grossiste révèle un arbitrage où entrent en jeu des critères économiques. La prévalence de ces derniers peut remettre en question le choix de s'orienter vers maraîcher local.



Ce restaurateur d'une brasserie du centre-ville de Bamberg achète la totalité de ses légumes chez le grossiste De-We, à l'exception des asperges qui sont livrées par un maraîcher situé à une dizaine de kilomètres de Bamberg. Pour lui, s'approvisionner auprès de maraîchers bambergeois :

*« C'est un peu compliqué. Ils n'ont pas tout ce dont j'ai besoin. Et pour moi, c'est plus facile quand j'achète à des grossistes. Je les appelle et je fais ma commande. C'est direct. Alors que sinon, c'est trop de dépenses et d'efforts. Chacun n'a jamais tout. Et je n'ai pas tant de temps, je ne peux pas appeler cinq personnes et leur dire : « J'ai besoin de ça, de ça ». Donc, je fais uniquement une commande et je dis ce dont j'ai besoin le jour suivant. Soit, j'envoie un fax, soit, je les appelle. Et le jour suivant, tout arrive alors que, si je dois appeler 5 personnes, c'est trop compliqué. Avec une entreprise, Denschelmann, ils ont de la crème, du fromage, tout. Ils ont plus de produits en plus. Du yaourt. Et ensuite, je commande tous ces produits différents chez eux [rires]. On doit voir que ça coûte du temps. [rires] »*  
(R13)

Le restaurateur compare l'approvisionnement auprès d'un grossiste et celui auprès d'un maraîcher local et plébiscite le premier aux dépens du second. Deux éléments sont pris en considération :

- La disponibilité et le volume des produits qui sont jugés réduits chez les maraîchers et sans limite chez le grossiste si bien que les produits transformés, exotiques et utilisés quotidiennement et en grande quantité tels que les oignons sont achetés principalement chez un grossiste ;
- L'organisation et, en particulier, la prise de commande et la livraison via le grossiste qui sont dites plus aisées.

La comparaison entre le maraîcher et le grossiste est vivante et s'appuie sur des pratiques quotidiennes. Le locuteur décrit au présent d'habitude ses actions : « Je les appelle et je fais ma commande » et retranscrit ses paroles au discours direct et indirect – « J'ai besoin de ça, de ça ». L'opposition est marquée par l'emploi d'adjectifs antonymes – « c'est un peu compliqué » et « c'est plus facile », et de conjonctions comme « alors que sinon » et « alors que ». Pour évoquer le passage par les maraîchers, sont utilisés l'adverbe intensif « trop » et des tournures négatives : « je n'ai pas de temps de temps », « chacun n'a jamais tout », « je

ne peux pas appeler cinq personnes ». Au contraire, lorsque le restaurateur décrit le passage par un grossiste, les phrases sont positives. Les tournures comparatives (« plus de produits »), la répétition de « tout » et les énumérations suggèrent la rapidité de la démarche et l'abondance des stocks : « je commande tous ces produits ». Cela accentue le contraste entre ces deux voies d'approvisionnement et justifie le choix du locuteur. À la fin de l'extrait, le locuteur conclut : « on doit voir que ça coûte du temps » (« *muss man schauen, dass es kostet Zeit* »). Le verbe modal d'obligation « devoir » (« *müssen* »), le pronom neutre « on » et le rire au terme de cette phrase montrent que l'option du grossiste est un choix de raison, une nécessité voire une évidence, pour lui et, en général, pour les restaurateurs. L'association du verbe « coûter » au « temps » sous-entend une monétarisation du temps, rappelant le dicton, « le temps, c'est de l'argent ». Le restaurateur justifie, de ce fait, le choix de s'orienter vers un grossiste par des critères économiques et organisationnels.

Les entretiens avec les restaurateurs et les échanges à propos de leurs pratiques d'approvisionnement en oignons montrent le primat de considérations économiques. C'est en fonction de la disponibilité des produits, des facilités d'organisation et des prix qu'ils choisissent le lieu d'achat de leurs légumes. Cela permet de comprendre le recours majoritaire aux grossistes et celui plus ponctuel aux maraîchers locaux.

Dans cette perspective, le choix des oignons qu'il se destine à cuisiner répond aussi à un choix guidé par l'économie. Le prix et le coût de main d'œuvre entrent en ligne de compte.

### **2.3.1.3 Choisir l'oignon : une question de prix ? Le cas de l'oignon jaune et du Metzgerzwiebel (oignon de charcuterie) : en quête de praticité et d'économies**

Le choix d'un oignon par un restaurateur est alors déterminé non pas uniquement par son goût et son aspect mais aussi par son prix et par les commodités d'approvisionnement. Le fait d'être local ne garantit pas à une variété d'être présente en cuisine si son prix n'est pas jugé avantageux. C'est pour ces raisons que l'oignon jaune dans les Pyrénées-Orientales et le *Gemüsezwiebel* (oignon de table) dans la région de Bamberg sont majoritairement plébiscités.

À Bamberg, les restaurateurs privilégient de gros oignons appelés *Gemüsezwiebel* (oignons de table), *Metzgerzwiebel* (oignon de charcuterie) ou *Brotzeitzwiebel* (oignon pour le pain).

Illustration 19 Les Brotzeitzwiebeln : des oignons de gros calibre sur le marché de Bamberg



*« Le gros oignon, on l'utilise pour tout en gastronomie parce qu'on peut le transformer avec une machine, on peut le couper finement grâce à une machine. Et comme ça, on peut économiser beaucoup de travail. Ici, on l'appelle le Metzgerzwiebel [oignon de charcuterie] parce qu'en gastronomie ou en boucherie, on en utilise beaucoup. On le passe à la machine et on récupère des oignons coupés très finement ou des anneaux d'oignons si c'est ce dont on a besoin. » (SC7)*

*« Nous avons besoin de beaucoup d'oignons et les petits oignons, c'est trop de travail. Tu comprends ? C'est pourquoi on utilise de l'oignon de charcuterie et depuis longtemps. Il était cultivé depuis 70 ans. Mais, il y a le temps, l'argent, le stress [rires]. Les petits oignons ne sont pas du tout pratiques. » (R9)*

Le premier locuteur est le salarié d'une association gérant un label dans la région de Bamberg et mettant en avant les professionnels de l'alimentation et, entre autres, les restaurateurs qui utilisent des produits locaux. Son activité l'amène à rencontrer des restaurateurs et à échanger avec eux sur les produits qu'ils utilisent. Dans cet extrait, il relate donc le point de vue des restaurateurs, sans nécessairement prendre parti ou le défendre. Il insiste sur la grande quantité d'oignons utilisée par les restaurateurs : « on l'utilise pour tout », « on en utilise beaucoup ». Il note ainsi la prédominance de l'oignons de charcuterie dans les cuisines et

explique ce choix : étant donné leur grande taille, leur découpe est plus aisée et réalisable par une machine. La machine a, selon lui, plusieurs avantages : la finesse de la coupe, l'adverbe « finement » (« *fein* ») étant répété à deux reprises ; des découpes de différentes formes, en morceaux fins ou en « anneaux » ; et un gain de temps. Cette idée est exprimée par la phrase « on peut économiser beaucoup de travail » (« *man kann viel Arbeit sparen* »). Le temps apparaît comme une valeur économique ou, du moins, comme un élément qu'il est possible d'économiser. Le verbe « sparen » a d'ailleurs une connotation économique, étant donné qu'il signifie « épargner ». Le choix des oignons de charcuterie est donc motivé par un gain de temps et, de fait, d'argent.

Le deuxième locuteur, un restaurateur officiant à Bamberg, a un avis similaire : il rejette l'emploi de « petits oignons » au profit d'oignons de charcuterie de gros calibre. L'enquête expose un autre argument : l'utilisation d'une grande quantité d'oignons et la nécessité de calculer suivant « le temps, l'argent, le stress ». Là encore, temps et argent se trouvent associés. C'est potentiellement le caractère commun de cette association ou l'aberration qui consisterait à utiliser de petits oignons qui l'amènent à rire. La perte de temps est un facteur de « stress ». Ce choix est d'autant plus justifié par le fait que « depuis longtemps », « depuis 70 ans », les restaurateurs privilégient l'oignon de charcuterie. Il s'agit, en quelque sorte, d'un argument d'autorité : du fait de son ancienneté, cet usage mérite d'être reproduit.

Le choix des oignons suivant des critères de prix et de praticité est souvent en défaveur des écotypes locaux. La *Bamberger birnenförmige Zwiebel*, est, notamment, jugée trop petite et peu pratique.

*« Elle est très petite et, oui, on retire moins de matière à l'intérieur. C'est plutôt un oignon qui vient en complément. » (R11)*

Cette restauratrice témoigne de la difficulté à utiliser la BBZ. Du fait de son petit calibre, elle n'est pas adaptée pour préparer une des spécialités de sa brasserie : les oignons farcis à la viande hachée ou *Bamberger Zwiebel*. La BBZ n'est utilisée que ponctuellement, au moment des journées organisées par Slow Food. Le prix de l'écotype n'incite pas non plus à opter, pour cet oignon, si l'on en croit ce restaurateur. Quand je lui demande pourquoi il utilise peu de BBZ, ce restaurateur explique :

*« En fait, les produits régionaux sont toujours plus chers que le reste. Quand on veut acheter des oignons du Maroc, d'Égypte ou de je ne sais d'où, c'est souvent*

*des produits plus bon marché. C'est pourquoi on doit calculer et faire des choix. »*

(R8)

Le locuteur formule une analyse ne portant pas exclusivement sur la BBZ. L'adverbe « toujours » souligne l'intemporalité de son affirmation et le pronom « on » (« *man* ») son caractère général. Sont opposés les « produits régionaux » (« *regionale Produkte* ») et les oignons « du Maroc, d'Égypte ou de je ne sais d'où ». Le pays mentionné n'a pas d'importance en soi : il s'agit plutôt d'amplifier la comparaison entre des oignons produits localement et ceux produits ailleurs. Comparés sur la base de leurs prix, les premiers sont jugés plus chers et les seconds plus abordables. Indirectement, cela signifie que c'est le prix plus élevé de la BBZ, en tant que produit régional, qui incite le restaurateur à s'en départir. L'emploi du verbe d'obligation (« *muss* ») dans la phrase « on doit calculer » (« *muss man rechnen* ») suggère que le choix de l'oignon est contraint et ce, par des éléments économiques.

## **2.4 CONCLUSION**

De ce fait, le choix des types d'oignons utilisés par les restaurateurs répond à un arbitrage où entrent en compte, certes, le goût et la signification sociale de l'oignon mais aussi son prix, sa disponibilité et sa praticité d'utilisation. Le choix suit, dans ce cas, un raisonnement économique où le but est d'économiser du temps et de l'argent.

Or, si ce type de raisonnement prévaut, le restaurateur se détournera souvent des écotypes locaux : l'approvisionnement en écotypes et en légumes auprès des maraîchers locaux est jugé contraignant, le prix des produits supérieur et leur utilisation plus chronophage. Un oignon de gros calibre, bon marché et disponible chez un grossiste sera, à l'inverse, plébiscité, d'autant plus lorsque l'oignon n'est vu que comme un condiment, un ingrédient basique, qui n'est pas au centre d'un plat. Cela est particulièrement visible pour la BBZ qui n'a pas été considérée comme ayant un goût spécifique. Les arguments en faveur de l'oignon de Toulouges sont plus nombreux : il est davantage reconnu pour sa spécificité gustative, est plus connu que son équivalent bambergeois et est produit en plus grande quantité. Il revêt une plus grande signification sensible, économique et sociale et est donc plus présent dans les cuisines des restaurateurs enquêtés.

La confrontation des significations sensibles, sociales et économiques accordées à l'oignon permet ainsi de mieux comprendre le choix ou non d'écotypes locaux par un restaurateur.

Les écotypes ne sont toutefois jamais les seuls oignons utilisés par un restaurateurs. Ils cohabitent dans les cuisines avec des oignons jaunes, rouges ou jeunes. Or, l'évocation de cette cohabitation souligne l'inégale valorisation, dans les représentations, des circuits d'approvisionnement et des types d'oignon. Un circuit court et l'approvisionnement chez un maraîcher local sont plus valorisés qu'un circuit long et l'approvisionnement chez un grossiste. De même, les écotypes locaux et les oignons jeunes sont plus valorisés que les oignons jaunes « bateau » (R5) et les oignons de charcuterie. Cela se manifeste concrètement par le fait que si les restaurateurs indiquent directement utiliser de l'oignon de Toulouges, des Cévennes, de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* ou de l'oignon jeune, il est nécessaire de poser des questions plus explicites pour savoir s'ils utilisent des oignons plus communs. *A fortiori*, l'approvisionnement chez un producteur local est mis en avant dans le discours tandis que le recours à des grossistes comme De-We ou Métro est occulté ou, du moins, n'est évoqué que dans un second temps et sur demande.

Malgré des recherches en ce sens, je n'ai pas trouvé de travaux adoptant une approche compréhensive pour étudier les discours de restaurateurs et qui pourraient susciter des pistes de discussion. Lorsque des thématiques alimentaires sont abordées, le point de vue étudié est celui du particulier en tant que consommateur, que cuisinier (Kaufmann, 2010a) ou que client d'un restaurant (Jeanpert & Caudron, 2007). Le point de vue des professionnels ne semble pas abordé. Le faire dans cette thèse y remédie et ce, d'autant plus que l'approche compréhensive et le prisme proposé s'avèrent stimulants pour comprendre les choix en matière d'oignons, de pratiques culinaires et d'approvisionnement.

### **3 CONCLUSION DU CHAPITRE 5**

Après avoir considéré le sens donné à la culture d'oignon, ce chapitre s'est focalisé sur celui donné à la vente, à la cuisine et à la consommation d'oignons. Toutes trois acquièrent un sens économique, social et sensible qui s'entremêlent en permanence dans les discours des acteurs. Suivant l'importance donnée à une de ces significations, il est possible de mieux comprendre les pratiques de vente, d'approvisionnement, de consommation et culinaires autour de l'oignon et le choix de tel ou tel oignon.

## 4 CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE

Cette partie montre comment la culture de l'oignon, sa commercialisation, sa préparation à des fins culinaires et sa consommation revêtent une signification à la fois sensible, sociale et économique. Définis durant l'analyse des entretiens et en parallèle de lectures bibliographiques, ces trois registres de sens offrent une clé de compréhension du discours des acteurs, de leurs pratiques et de leur choix de tel ou tel oignon. D'un point de vue comparatif, il est intéressant de noter que l'entremêlement des sens économiques, sociaux et sensibles s'observe autant à Bamberg que dans les Pyrénées-Orientales.

La signification économique est centrale : les acteurs accordent de l'importance au prix, au calibre, au rendement, à l'accessibilité, à la praticité d'utilisation de chaque oignon. Les relations entre les acteurs de la filière s'apparentent, *a fortiori*, à une division du travail où chacun est spécialisé dans une tâche et n'a d'interaction avec les autres que dans ce cadre.

Il n'en demeure pas moins que semenciers, maraîchers, pépiniéristes, expéditeurs, grossistes, restaurateurs et autres acteurs para-agricoles disent se connaître mutuellement et échanger ensemble. Les micro-bassins des écotypes et les bassins maraîchers dans lesquels ils s'insèrent se construisent autour d'interactions, de normes, de liens sociaux et acquièrent, en ce sens, une signification sociale. Cela témoigne de la « construction sociale » des bassins de production démontrée par François Sarrazin (Sarrazin, 2016).

L'approche compréhensive mettant l'accent sur le point de vue des acteurs permet, enfin, de prendre la mesure du lien sensible noué à l'oignon : perceptions sensorielles, sensations, émotions s'immiscent dans les discours. L'oignon est personnifié, il est l'objet d'une attention, d'une inquiétude, d'une satisfaction de la part des acteurs qui le cultivent, le cuisinent ou le vendent.

*A fortiori*, cet entremêlement de significations accordées à l'oignon ouvre sur la remise en question de clivages fréquents, entre agriculture conventionnelle et biologique et entre circuit court et circuit long. À première vue, chacune de ces pratiques s'accompagne d'un sens propre donné à l'oignon : la signification économique prévaudrait dans les agricultures conventionnelles et dans les circuits longs tandis que l'AB et les circuits courts seraient associés à une signification sociale et sensible. L'enquête amène à nuancer cette opposition :

les préoccupations économiques ainsi que le registre social et sensible s'observent en AB comme en conventionnel, dans les circuits courts comme longs.

Ces trois significations permettent, dès lors, de comprendre le choix des écotypes locaux au sein de la filière. Le non-choix – plus, d'ailleurs, que le rejet – de l'oignon de Toulouges et de la BBZ est principalement lié à des éléments économiques : les graines et les plants sont jugés rares, le rendement moindre, l'achat chez des maraîchers chronophage et coûteux et le volume produit réduit. La principale différence tient au fait que la BBZ s'avère moins plébiscitée et moins connue que son homologue toulougien. Le fait qu'elle soit jugée petite et son goût peu spécifique dissuade d'autant plus les restaurateurs de l'utiliser aux dépens d'un oignon de charcuterie.

En revanche, un arbitrage économique peut aller en faveur de l'oignon de Toulouges, si la valeur ajoutée entraînée par l'utilisation de ce produit est prise en considération. Le client fréquentant un restaurant, un supermarché ou un marché de plein vent peut, en effet, consentir à payer plus cher cet oignon, reconnu pour son caractère local et sa douceur gustative. Ce « consentement à payer » (Armand-Balmat, 2002) du consommateur peut alors motiver un maraîcher, restaurateur, un commerçant ou un distributeur à proposer ce produit.

La mise en évidence de ces trois significations ne permet cependant pas de comprendre l'intégralité des discours à propos de l'oignon, des écotypes locaux et leur choix ou non par les acteurs.

Deux points posent, en particulier, question. Le premier concerne la prévalence d'une production d'écotypes conventionnelle : la production bio de *Bamberger birnenförmige Zwiebel* paraît inexistante et celle d'oignon de Toulouges moindre. S'il est cultivé dans une exploitation bio, l'oignon de Toulouges est souvent produit dans des volumes réduits pour compléter une gamme de légumes diversifiée. En termes de volume, la plupart des oignons de Toulouges sont produits par des maraîchers conventionnels.

Le second élément concerne le caractère local de ces cultures. Ce maraîcher explique, par exemple, cultiver la BBZ du fait de son origine bambergéenne et insiste sur son ancrage local :

*« L'oignon de Bamberg, c'est une particularité ici à Bamberg. Il n'y en a qu'à Bamberg et quand quelqu'un veut acheter en dehors de Bamberg ou le vendre, dans un rayon de vingt kilomètres, il n'y a plus de cet oignon. C'est vraiment très*



*local. Ici, il y a quelques producteurs de l'oignon de Bamberg mais, vraiment peu. » (M36)*

Cultiver l'oignon de Toulouges et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est, de ce fait, une habitude, une norme, une « tradition » spécifique à un espace local – Bamberg et l'est des Pyrénées-Orientales. Sa vente s'opère principalement dans ces périmètres à travers des circuits courts de proximité (Chaffotte & Chiffolleau, 2007). En dehors, les écotypes restent méconnus voire inconnus.

Or, la triple signification étudiée jusque-là ne permet pas de rendre compte de cet ancrage local dont témoignent les enquêtés. Elle ne permet pas non plus de faire transparaître l'intérêt pour les Indications Géographiques et le souhait exprimé par des enquêtés que les écotypes en bénéficient.

La partie suivante vise à mieux comprendre l'importance donnée à cette dimension locale. Elle propose, pour ce faire, d'examiner l'hypothèse selon laquelle la production d'oignons revêt une « signification territoriale » et que cette dernière éclaire le choix ou non d'un écotype local.

A photograph of a field with rows of young onion plants in plastic mulch, with a semi-transparent text overlay. The field is filled with rows of young onion plants, each in its own plastic mulch. The soil is a rich brown color. In the background, there are trees and a clear blue sky. A semi-transparent white box with black text is overlaid on the center of the image.

**Troisième partie**

# **L'hypothèse d'une signification territoriale**

## **PARTIE 3 : L'HYPOTHÈSE D'UNE SIGNIFICATION TERRITORIALE**

### **INTRODUCTION**

#### **4.1 L'OBJET DE LA TROISIÈME PARTIE**

Cette partie examine l'hypothèse que l'intérêt pour les écotypes locaux et pour leur mise en valeur résulte d'une signification spécifique accordée à la production agricole et qui est qualifiée ici de « territoriale ». Plus un acteur accordera une signification territoriale à l'oignon, plus il est vraisemblable qu'il cultive un écotype local, le cuisine, le consomme ou ressent un attachement à son égard.

L'hypothèse d'une signification territoriale constitue une proposition de la thèse qui a émergé au cours de l'enquête et de l'analyse des entretiens. Dans une optique compréhensive, je l'ai définie en croisant les discours des enquêtés avec des travaux de recherche sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation.

Dans ces conditions, un discours empreint d'une signification territoriale se caractérise de deux manières :

- Par la présence d'un « langage patrimonial » (Oulebsir & Swenson, 2015) dans les discours, c'est-à-dire du champ lexical du patrimoine, du terroir, du territoire et de la *Region* outre-Rhin ;
- Par une importance donnée aux caractéristiques d'une appellation d'origine identifiées par Pouzenc et ses coauteurs.

Or, contrairement à celles qualifiées de sensible, d'économique et de sociale, la signification territoriale ne se retrouve pas autant dans le discours de tous les acteurs. Elle n'est pas partagée par tous, ce qui permet de mieux comprendre l'absence de monopole des écotypes locaux sur les terrains d'étude.

La partie se scinde en trois sous-parties. Je définis tout d'abord ce qui est entendu par « signification territoriale ». Ce travail de définition amène, en particulier, à comparer le sens pris par le langage patrimonial, le patrimoine, le territoire et la *Region* en France et en Allemagne. Je mets ensuite à l'épreuve cette proposition et considère dans quelle mesure les acteurs accordent une signification territoriale à l'oignon. Cependant constatant que tous

n'accordent pas une telle signification à la production, je montre, dans un troisième temps, les limites de cette proposition. Elle est, effectivement, inadéquate pour comprendre le sens donné à l'oignon par certains acteurs, notamment, par les maraîchers en Agriculture Biologique. Cela permet de comprendre des lignes de partage entre les interrogés : d'une part, entre ceux qui s'orientent vers une variété locale et ceux qui privilégient d'autres types d'oignons ; d'autre part, entre ceux qui revendiquent une Indication Géographique (IG) sur ces écotypes et ceux qui estiment cette démarche inutile ou contreproductive ou qui ne lui accorde pas d'importance. Plus largement, cela révèle des attentes potentiellement contradictoires vis-à-vis de l'agriculture : entre protection de l'environnement et préservation d'un patrimoine local (Pouzenc *et al.*, 2007).

Ces résultats sont discutés en conclusion et mis en perspective avec la recherche contemporaine. Il s'agira, en particulier, d'interroger la dissociation faite par la recherche entre des modèles prônant l'écologie et le respect de l'environnement et ceux prônant le patrimoine, le terroir et le rattachement à un territoire local.

## **4.2 DÉFINIR LA SIGNIFICATION TERRITORIALE**

### **4.2.1 Un lexique : le « langage patrimonial » (Oulebsir & Swenson, 2015)**

Une signification territoriale est, tout d'abord, signalée par l'usage de termes se rapportant au territoire, à la *Region*, au patrimoine, aux traditions, au terroir. Sa mise en évidence implique d'analyser le lexique utilisé par les interrogés. Le lexique signalant qu'une signification territoriale est accordée à l'oignon est qualifié ici de « langage patrimonial » (Oulebsir & Swenson, 2015). Cette expression proposée par Oulebsir et Swenson (2015) désigne le champ lexical du patrimoine de différentes langues. Je propose d'élargir le lexique en intégrant des termes tels que territoire et *Region* et qui permettent la prise en compte d'enjeux territoriaux.

Cette entrée lexicale est motivée par le fait que les études sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation s'appuient sur un ensemble de termes et montrent l'usage de ces mêmes termes par les acteurs. Allaire parle d'une « rhétorique du terroir » (Allaire, 2011) pour désigner la récurrence de certains termes dans les discours sur le terroir.

Une entrée lexicale implique toutefois de contextualiser et de comparer les mots qui composent le langage patrimonial de part et d'autre du Rhin. Ce questionnement des

concepts d'analyse est considéré comme un passage obligé de la recherche comparative (cf. Chapitre 2, 3.2). Il s'agit, dans cette perspective, de contextualiser et de redéfinir les catégories d'analyse. Sans cela, la démarche pourrait être taxée d'ethnocentrisme (Hassenteufel, 2005) et correspondrait à une « comparaison assimilatrice » (Schultheis, 1989), c'est-à-dire à l'« assimilation spontanée d'un fait issu d'un contexte culturel étranger par des schèmes de perception et d'explication familiers » (*ibid.*).

Figure 59 Le langage patrimonial inspiré d'Oulebsir et Swenson (2015)

<b>Français</b>	<b>Allemand</b>
Patrimoine	Kulturerbe, Denkmal, Patrimonium
Patrimoine culturel	Kulturerbe, kulturelles Erbe
Bien culturel	Kulturgut
Héritage	Erbe
Nation	Nation
Patrie	Vaterland, Heimat
Relatif au pays, local, territorial	Heimisch, lokal, regional
Histoire	Geschichte
Monument historique	Denkmal, Monument
Conservation	Denkmalpflege
Mémoire	Gedächtnis
Souvenir	Erinnerung
Tradition	Tradition
Authenticité	Authentizität
Typique	Typisch
Terroir	Region, Heimat, Boden
Folklore	Folklore, Volkskunde

Réalisation : Jaume, 2021. Adapté des travaux de Oulebsir et Swenson, 2015

C'est pour éviter cela que j'explicitai et comparerai le sens pris par le patrimoine en France et en Allemagne et sur celui de la *Region* et du territoire

#### **4.2.1.1 Le patrimoine en France et en Allemagne. Éléments de définition**

La définition et la comparaison des termes se rapportant au patrimoine fait l'objet d'un nombre croissant de publications durant les années 2000. Les travaux d'Astrid Swenson, professeur à l'Université de Bayreuth en Histoire européenne, et les actes de deux colloques (Bondaz *et al.*, 2014 ; Drouin *et al.*, 2019) sont d'un apport précieux. De la Suisse au Japon en

passant par le Togo, le Brésil et le Québec, les chercheurs notent la diversité des manières de concevoir et de gérer le patrimoine. Loin de se réduire à des modèles strictement nationaux, elles résultent de transferts et d'hybridations au-delà des frontières, entre les conceptions véhiculées par les États, par l'organisation internationale de l'UNESCO et par les sociétés locales (Oulebsir & Swenson, 2015). C'est suivant ces enseignements et dans cet esprit que la mesure sera prise des divergences et des similarités entre les approches françaises et allemandes.

En France, le « patrimoine » désigne initialement des biens accumulés dans la sphère familiale ou privée. Il faut attendre la Révolution française et le XIX<sup>e</sup> siècle pour qu'il s'étende à la sphère publique et devienne un enjeu collectif et national (Hégarat, 2015) : le terme « héritage » étant désormais usité pour qualifier le fruit d'une transmission de biens dans la sphère privée. Les châteaux, les cathédrales, les églises et autres édifices monumentaux sont progressivement reconnus comme faisant partie du patrimoine. Les guerres font prendre conscience aux autorités de la nécessité de protéger ces biens jugés exceptionnels (Oulebsir & Swenson, 2015). L'État joue un rôle clé dans cette mission par l'intermédiaire de l'Inspection générale des monuments historiques créée en 1830. Depuis les années 1970, le patrimoine voit sa signification s'élargir considérablement au point que certains parlent d'« explosion patrimonialisante » (Gravari-Barbas, 2003). Il est utilisé par la recherche en géographie, en ethnologie, en histoire, en économie ainsi que par les acteurs locaux pour mener des projets de développement local (Poulot, 2015). Il est associé à un ensemble de termes comme tradition, authenticité, typicité, terroir (cf. Figure 59) et les éléments qu'il englobe sont quasiment infinis : les bâtiments industriels, les objets du quotidien, l'artisanat, les peintures, les forêts, les massifs de montagnes, les chants, l'alimentation, l'agriculture (Senil *et al.*, 2014) et, par là-même, les écotypes de fruits et de légumes locaux (Garçon, 2015 ; Allain, 2019). La conception française influence celle de l'UNESCO et de nombreux pays (Oulebsir & Swenson, 2015).

En Allemagne, la terminologie, la législation et le poids des institutions nationales et internationales diffèrent, sous l'influence du courant romantique du XIX<sup>e</sup> siècle, de l'UNESCO, de l'histoire de l'État allemand et de la Guerre froide (Wiesand, 1994). Parmi les mots proches de celui de patrimoine, présentons plus en détail ceux de *Kulturgut* et de *Kulturerbe* (cf. Figure 59).

Un *Kulturgut* ou bien culturel est « quelque chose qui a une valeur culturelle et qui est préservé » d'après le dictionnaire DUDEN. Cette notion s'affirme à la Réunification. Auparavant, elle apparaissait seulement en 1955 dans la loi sur la protection des biens culturels (*Kulturgutschutzgesetz*) de la République Fédérale d'Allemagne (RFA). Les termes *Denkmal* (monument) et *Museumsgut* (biens de musée) étaient privilégiés (Wiesand, 1994). Les éléments jugés comme étant à conserver étaient principalement les édifices architecturaux et les objets du quotidien collectionnés dans les *Heimatismuseen* (Perron, 2015). Depuis les années 1990, *Kulturgut* voit son sens s'élargir et se démocratiser. Toujours utilisé par les pouvoirs publics, il est repris par les acteurs de la culture et de la recherche, en histoire et en muséographie. Il peut désigner une diversité d'éléments, matériels ou immatériels : les éléments architecturaux, les fêtes, les peintures, en passant par les jeux vidéo (Breitlauch, 2011). À la Réunification, la politique autour des *Kulturgüter* (biens culturels) fait l'objet d'importants débats : quelle position adopter face aux biens hérités de l'Empire prussien, du Troisième Reich, de la RFA et de la RDA (Perron, 2015) ? À quoi correspond le patrimoine national allemand ? L'approche évolue : les biens culturels sont valorisés pour leur caractère moins allemand qu'européen et local (Weger, 2015). Les institutions sont refondées et un rôle clé est conféré aux *Länder* dans la protection des biens culturels.

Le *Kulturerbe* désigne l'ensemble de ces biens culturels ou *Kulturgüter* (Lacquement *et al.*, 2012) et, dans un sens plus restreint, les éléments labellisés par l'UNESCO.

#### **4.2.1.2 Comparaison des approches**

Des proximités existent entre le langage patrimonial tel qu'entendu en France et en Allemagne. Les mots *Kulturerbe*, *Kulturgut* et patrimoine témoignent d'une relation nouée par une société avec des éléments de son passé. Aussi renvoient-ils à des biens hérités et voués à être transmis, à des construits socio-historiques, à des faits collectifs et à des vecteurs d'identité. Le lexique de l'UNESCO est, de plus, utilisé dans les deux pays via l'expression consacrée de patrimoine culturel ou *Kulturerbe* et potentiellement complétée par les qualificatifs « mondial », « naturel », « culturel », « matériel » et « immatériel ». Enfin, la France et l'Allemagne se caractérisent par une même multiplicité de termes, développés par la recherche et les pouvoirs publics (cf. Figure 59).

Cependant, le sens et l'histoire de ce lexique diffèrent. *Kulturgut* désigne des objets ponctuels et n'a pas de portée aussi théorique et générale que le patrimoine. *Kulturerbe* a une

dimension institutionnelle au vu de son lien avec le lexique de l'UNESCO, ce qui n'est pas le cas du patrimoine, qui n'a donc pas d'équivalent en allemand (Oulebsir & Swenson, 2015).

### **4.2.1.3 La Region et le territoire**

Deux autres termes méritent d'être recontextualisés : *Region* et territoire. Ces termes ont, en effet, un lien marqué avec les enjeux agricoles et alimentaires et ont été prégnants dans les discours des acteurs (cf. 4).

#### **4.2.1.3.1 Territoire, terroir et territorialisation**

Le territoire a initialement un sens politique et désigne, d'après le Grand dictionnaire universel du XIXe siècle de Pierre Larousse, (1875) une « étendue de pays qui ressortit à une autorité ou à une juridiction quelconque » (Larousse, 1875 *in* : Paquot, 2011). Il se caractérise, de ce fait, par un périmètre délimité, par un nom et par l'exercice d'une souveraineté par une autorité reconnue (Banos *et al.*, 2020). Vidal de Blache reprend ce terme pour forger la notion de territoire national (Ribeiro, 2014) et l'ériger comme la « marque essentielle de l'État » (Badie, 1995 : 77).

Une deuxième définition du territoire, à connotation naturaliste et éthologique, émerge en parallèle (Badie, 1995) : le territoire est ainsi caractérisé suivant des traits physiques et naturels et correspond à « un espace vital terrestre, aquatique ou aérien, qu'un animal ou qu'un groupe d'animaux défend comme étant sa propriété exclusive » (Ardrey, 1966 *in* : Badie, 1995 : 77).

En dépit de cela, le territoire ne s'impose en géographie que dans les années 1980 (Paquot, 2001 ; Ripoll & Veschambre, 2005) et est auparavant devancé par les notions de région et d'espace (Paquot, 2001). Plus précisément, lorsque la géographie s'intéresse aux productions agricoles et alimentaires, elle recourt au terme de « terroir » qui désigne « une région caractérisée par l'homogénéité du sol, du degré de pente et des conditions climatiques »<sup>125</sup> (Garçon, 2019). Elle étudie, ainsi, l'influence du milieu physique, du climat et du sol sur les productions agricoles et, en particulier, viticoles (*ibid.*). Dans l'Entre-deux-guerres, les géographies physique, agricole et agraire et la biogéographie font du terroir un objet central de leurs recherches (Dedeire, 1997 ; Bérard *et al.*, 2004).

---

<sup>125</sup> Texte original : « a region characterized by homogeneous soil, slope degree and climatic conditions » (traduction de l'auteur)



À la sortie de la Seconde Guerre mondiale, alors que l'heure est à la reconstruction et à la modernisation de l'agriculture, l'attachement au terroir devient la preuve d'un « archaïsme rural » (Delfosse, 2012). Le terroir est relégué par la géographie, sans toutefois être abandonné. L'approche est, dans ce cas, tantôt biogéographique, tantôt économique. La première étudie les effets du sol et du climat sur les produits agricoles et la seconde, la structuration des filières agricoles et leur implication en termes de développement local (Garçon, 2019).

À partir des années 1970, le terroir refait son apparition en SHS (Bérard & Marchenay, 2007) dans un contexte de critique croissante des modes de production intensifs et mondialisés, de « désir de campagne » (Papy *et al.*, 2012) des sociétés urbaines et un engouement pour les produits locaux (Delfosse, 2012). Le terroir voit son sens s'élargir pour englober une dimension sociale, culturelle et patrimoniale (Frémont, 2015 ; Dedeire, 1997 ; Casabianca *et al.*, 2006). De la distance est prise par rapport au déterminisme géographique et à l'« impérialisme pédologique » (Hinnewinkel, 2007) hérité de l'approche vidalienne. Ce renouvellement terminologique donne un nouvel élan au terroir. Il ouvre des perspectives de recherche à propos des paysages, de l'alimentation, du patrimoine, des savoir-faire, des représentations et des imaginaires (Dedeire, 1997 ; Rieutort, 2009), de telle sorte que la géographie, l'ethnologie, l'ethnobotanique (Bérard *et al.*, 2004), l'histoire et l'économie (Dedeire, 1997) s'en saisissent et en font un concept pluridisciplinaire. L'intérêt pour le terroir dépasse ainsi le cadre des SHS. Plus encore, dans les années 1990, « le terroir s'émancipe de l'enracinement français » (Delfosse, 2012) *via* la création d'un cadre européen puis mondial de gestion des IG dans les années 1990 et 2000.

Il n'en demeure pas moins qu'à partir des années 1980, le terme de terroir est supplanté par celui de territoire. En 2006, Bernard Pecqueur publie un article au titre retentissant : « le tournant territorial de l'économie globale » (Pecqueur, 2006) ? D'après lui, depuis les années 1980, une attention nouvelle est portée à la localisation des activités économiques et à leur ancrage dans un contexte social local.

Jusque dans les années 2000, une incertitude demeure à propos de la réalité de ce tournant territorial. En 1995, Bertrand Badie prévoit « la fin des territoires » (Badie, 1995), en constatant l'uniformisation des modes de vie et l'émergence d'acteurs transnationaux engendrées par la mondialisation. Des chercheurs mettent en évidence la déterritorialisation des activités économiques et, entre autres, agricoles, insérées dans la mondialisation (Vaudois, 2000 ;

Rieutort, 2009 ; Mormont, 2009). Dans ces conditions, Di Méo et Buleon expriment leur incertitude : « sommes-nous confrontés aujourd'hui à la « fin » ou au « retour » du (des) territoire(s) ? » (Buleon & Di Méo, 2005 : 75).

En réalité, il semble que c'est moins le territoire en soi qui est remis en question que sa définition politique et naturaliste. La recherche développe une conception constructiviste, relationnelle et volontairement plus souple du territoire (Buleon & Di Méo, 2005) qui est ainsi conçu comme un construit social (Raffestin, 1986 ; Di Méo, 1994), vecteur d'interactions entre les individus (Lévy & Lussault, 2003). Le territoire n'est, en ce sens, rien sans les individus et les groupes sociaux qui le structurent. La géographie sociale développe, en particulier, une définition où le territoire se caractérise par une dimension idéale liée aux enjeux patrimoniaux, identitaires, culturels et symboliques ; par une dimension matérielle qui englobe le climat, la topographie et les infrastructures ; et par une dimension organisationnelle liée aux processus de gouvernance (Buleon & Di Méo, 2005 ; Chabrat, 2014 ; Napoléone *et al.*, 2015 ; Laurens, 2021).

Fort de cette conception remodelée, le territoire s'affirme comme un concept clé en géographie, en aménagement et en économie territoriale et est repris par les acteurs publics et locaux. Il trouve *a fortiori* sa place dans la recherche sur l'agriculture et l'alimentation, donnant lieu à de nombreux dérivés :

- L'ancrage territorial (Frayssignes, 2005 ; Debarbieux, 2014 ; Aderghal *et al.*, 2017 ; Millet, 2017) qui désigne le « résultat d'un processus de construction de liens » (Aderghal *et al.*, 2017) entre un élément et un territoire.
- La « valorisation territoriale d'une production agricole » (Praly, 2010) qui désigne « l'obtention d'une valeur ajoutée ou d'une meilleure rémunération de la production due à la valorisation économique de caractéristiques liées à l'espace d'origine de cette production » (Praly, 2010 : 24).
- La territorialisation (Marsden *et al.* 1990 ; Di Méo, 1998 ; Napoléone *et al.*, 2015) et la reterritorialisation (Rieutort, 2009). La territorialisation est théorisée au cours des années 1990 et désigne le « lien entre une activité et l'ensemble des composantes du territoire, matérielles, immatérielles et humaines » (Candau *et al.*, 2018). Le « mouvement général de (re)territorialisation de l'agriculture » (Rieutort, 2009) se fonde dans ces conditions sur la mise en avant de l'origine d'un produit et de sa dimension patrimoniale (Rieutort, 2009). En géographie et en économie territoriale

(Frayssignes, 2001 ; Gumuchian & Pecqueur, 2007 ; Moustier et Rieutort, 2018), une dynamique de territorialisation implique la délimitation d'un territoire, sa singularisation par l'identification de ressources spécifiques et non transférables (Colletis & Pecqueur, 2018), sa dénomination, son exposition, sa valorisation et son appropriation (Lécuyer, 2021). Elle s'appuie sur des ressources spécifiques à un espace local et non transférables. Elle n'est ni linéaire ni finie mais dépend au contraire de la mobilisation d'acteurs multiples, professionnels, élus, publics, associatifs. En fonction de cette mobilisation, la territorialisation peut faire place à des dynamiques de déterritorialisation ou de reterritorialisation (Raffestin, 1986 ; Pilleboue, 1999, 2000 ; Rieutort *et al.*, 2018). La notion a ensuite été réutilisée pour créer de nouveaux concepts tels que les Systèmes alimentaires territorialisés (SAT) (Page *et al.*, 2018) et les Système agri-alimentaires territorialisés (Lamine, 2015)

Ces expressions servent à désigner un ensemble hétéroclite d'initiatives mettant en avant un aspect territorial (Pouzenc *et al.*, 2007 ; Rieutort, 2009) : AOP, IGP, marques territoriales, marques « Parc », fêtes, routes thématiques, communication, mise en place d'un SPL, écomusées, défense de races et de variétés locales.

En tant que concepts analytiques, ils considèrent que l'inscription d'une production agricole et alimentaire dans un territoire s'inscrit dans un processus non-linéaire dont l'avancée dépend de l'implication d'acteurs et leur organisation en collectifs.

#### **4.2.1.3.2 Le sens de la *Region* en Allemagne**

En Allemagne, l'équivalent du territoire est la *Region*. Avant les années, 1990, elle a un sens administratif, désignant un « espace stable, figé, et borné » (Quéva, 2007 : 7) par une autorité politique reconnue. Elle est initialement utilisée par la géographie, l'aménagement et l'action publique à partir des années 1960 (Weiss, 2007). Pour désigner l'échelon local en RFA, c'est le terme « *Heimat* » qui est privilégié. Défini comme « le lieu d'origine, vis-à-vis duquel l'individu manifeste une relation émotionnelle forte » (Quéva, 2007 : 139), le terme est utilisé dans le cadre d'actions en lien avec l'environnement ou la culture locale. À l'inverse, en RDA, peu de place est donnée au local du fait de la prévalence de l'État central et de politiques centralisées.

La dernière décennie du XXe siècle voit un regain d'intérêt pour le « local » dans l'Allemagne réunifiée, ce qui entraîne un renouvellement de la notion de *Region*. Elle prend le sens

d'un « espace social et espace d'action dynamique, en continuelle évolution, et aux limites parfois floues » (*ibid.*). Son périmètre correspond tantôt à un périmètre administratif tel que des communes (*Gemeinde*), un *Landkreis*, un district (*Regierungsbezirk*), tantôt à un espace compris dans un rayon kilométrique autour d'un lieu, tantôt à un espace reconnu pour sa cohérence paysagère ou culturelle (Jahl *et al.*, 2019). En dépit de ces définitions variables, la *Region* demeure généralement un espace infra-*Land* et supra-communal (Bovermann, 2000 ; Wolf, 2002 ; Quéva, 2007).

Elle rencontre un tel écho que la loi d'aménagement (*Raumordnungsgesetz*) de 1998 confère un sens légal à la *Region* et développent les notions de développement régional (*Regionalentwicklung*) et de planification régionale (*Regionalplanung*). C'est par là un nouveau mode de pouvoir qui est reconnu, où l'accent est mis sur la gouvernance et la coopération d'acteurs multiples où l'État et les Länder n'ont plus le monopole. Dans ce cadre, la *Region* désigne moins un espace continu et délimité qu'un réseau d'acteurs inscrits dans un même projet. Elle a, ainsi, une signification « plus sociale que spatiale, plus réticulaire que territoriale » (*ibid.* : 161).

Dans les années 2000, la *Region* s'impose dans le domaine de l'alimentation et du tourisme (Jahl *et al.*, 2019) si bien que de nombreuses études en marketing montrent que les consommateurs s'orientent davantage vers des produits régionaux que biologiques (Thonegg, 2014). Dans le secteur alimentaire et agricole, la *Region* prend deux sens : elle désigne « des systèmes de production, de transformation et de distribution à petite échelle, dont la production et la fabrication, la transformation et la consommation ont lieu dans la même région délimitée » (FiBL Deutschland e.V, 2012)<sup>126</sup> et « une entité en quelque sorte homogène perçue comme se distinguant des régions voisines par certaines caractéristiques »<sup>127</sup> (LfL, 2010 : 11). Suivant le premier sens, elle se rapproche du bassin de production français et, suivant le second, du terroir.

La *Region* est déclinée en plusieurs notions. La « régionalité » (« *Regionalität* ») désigne le caractère régional d'un produit et l'intérêt pour ce type de produit. Les « produits régionaux »

---

<sup>126</sup> Texte original : « *Kleinräumige Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebssysteme, deren Erzeugung und Produktion, Veredelung und Verbrauch in derselben abgegrenzten Region (Gebietskulisse) erfolgt* » (traduction de l'auteur)

<sup>127</sup> Texte original : « *eine gewissermaßen homogene Einheit wahrgenommen, die sich durch bestimmte Eigenschaften von den angrenzenden Gebieten unterscheidet* » (traduction de l'auteur)

(« *regionale Produkte, regionale Lebensmittel* ») désignent les produits « dont l'origine peut être localisée et délimitée géographiquement » (FiBL Deutschland e.V, 2012)<sup>128</sup>. Ermann (2005) en donne une définition plus restrictive, considérant qu'un produit régional doit répondre à des « critères de qualité, de transparence, [et à des] exigences en matière d'acceptation environnementale et sociale »<sup>129</sup> (Thonegg, 2014 : 13). Les conditions de productions doivent dans ce cadre être considérées, en plus de l'origine. La *Regionalisierung* (régionalisation) désigne le processus de développement des produits régionaux (Penker & Payer, 2005) ; les *Regionalinitiativen* (initiatives régionales) les initiatives autour des produits régionaux ; et les *Regionalsiegel* (labels régionaux) les labels développés par les *Länder* dans le cadre d'un programme national et identifiant les produits issus de leur territoire. En Bavière, il s'agit de « *Geprüfte Qualitäts – Bayern* » (Qualité certifiée – Bavière).

#### 4.2.1.3.3 Comparaison des approches

La conception du territoire et celle de la *Region* a, tout d'abord, des points communs. Elles ont un sens, à la fois, politique, administratif et un sens plus culturel et social. Dans ce cas, leur périmètre peut ne pas être nécessairement strictement délimité et faire l'objet d'une définition subjective, propre à chacun (Thonegg, 2014). Dans cette perspective, *Region* et territoire se caractérisent moins par leur périmètre que par leur dimension identitaire et l'imaginaire, les représentations et le sentiment d'appartenance qu'ils suscitent (FiBL Deutschland e.V, 2012). La recherche franco-allemande, notamment en géographie et sciences de gestion, considèrent la *Region* et le territoire non pas comme immuables mais comme construits par une société, par des acteurs. Cette construction s'accompagne d'un récit collectif qui affirme leur existence et les légitime (Glasze *et al.*, 2014 ; von Hirschhausen, 2017).

Les deux notions ont ensuite toutes deux un fort écho dans le domaine agricole et alimentaire. Qu'il constitue une tendance durable ou un effet de mode, les produits associés à une *Region* et à un territoire rencontrent un fort engouement. L'écho croissant du territoire et de la *Region* dans le domaine agricole et alimentaire s'inscrit dans le contexte de la mondialisation comme une réponse à l'uniformisation de l'alimentation au niveau mondial (Weiss, 2007). L'enjeu est d'affirmer une spécificité culturelle et naturelle afin de mettre en valeur un produit. Elle

---

<sup>128</sup> Texte original : « *deren Herkunft geografisch verortet und eingegrenzt werden kann.* » (traduction de l'auteur)

<sup>129</sup> Texte original : « *Kriterien der Qualität, der Transparenz, der Anforderungen an Umwelt- und Sozialverträglichkeit.* » (traduction de l'auteur)

s'inscrit, en outre, en écho dans le prolongement du développement durable qui promeut des systèmes de production agricoles se voulant plus respectueux de l'environnement (Weiss, 2007), notamment par le rapprochement entre producteur et consommateur. Pour étudier cela, la recherche s'appuie sur un large lexique dérivé de la *Region* et du territoire : *Regionalität, regionale Produkte, Regionalinitiativen, Regionalisierung, territorialisation, territorial, terroir*. En France et en Allemagne, la recherche met en avant des éléments similaires :

- La valorisation des produits régionaux et la territorialisation de l'alimentation mobilise de nombreux acteurs : agriculteurs, secteur de l'agro-alimentaire, de la distribution (FiBL Deutschland e.V, 2012), en particulier, la grande distribution, acteurs publics, locaux et nationaux.
- Ces acteurs s'appuient sur de mêmes outils pour valoriser les produits régionaux. Les AOP et IGP, des labels et marques territoriales géré par des enseignes de la grande distribution, des pouvoirs publics ou des associations. En dépit de ces ressemblances, le sens donné à la *Region* et au territoire diffère. De part et d'autre du Rhin, les outils sont multiples, connaissent un intense développement depuis la fin du XXe siècle et présentent de grandes différences en termes de cahier des charges, de systèmes de contrôle et de périmètre.

Des différences se manifestent, tout d'abord, par le fait que les disciplines se questionnant sur la portée régionale ou territoriale de produits alimentaires diffèrent, d'un pays à l'autre. En France, l'ensemble des SHS participent à la recherche sur ce sujet : économie, sociologie, géographie, ethnologie, etc. En Allemagne, les études sont issues principalement de l'économie, des sciences de gestion et du marketing (Wilking, 2011 ; Thonegg, 2014). L'attention est, dans ces conditions, portée sur les pratiques des consommateurs, la représentation qu'ils ont de la région, sur les chaînes de valeur qu'engagent les productions régionales et sur les labels (FiBL Deutschland e.V, 2012 ; Weiss, 2007). Sur ce point, la recherche allemande pointe la multiplication des labels régionaux. La Bavière compte à elle seule 63 labels régionaux en 2012 qui identifient les produits alimentaires venus de Bavière (FiBL Deutschland e.V, 2012). Cela regroupe des IG, des marques de la grande distribution comme celle de REWE, « *Echt Bayrisch* » (Authentiquement bavarois), des labels gérés par des pouvoirs publics comme celui du *Land* bavarois, « *Geprüfte Qualitäts – Bayern* » ou celui du *Landkreis* de Bamberg, « *Region Bamberg – weil's mich überzeugt!* » (Région de Bamberg -

parce que cela me convainc !) des labels associatifs tels que celui de la Genusregion Oberfranken et du Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois.

Les produits régionaux ont, ensuite, un sens plus large en Allemagne qu'en France, désignant à la fois les productions rattachées à une origine géographique et celles issues de circuits courts de proximité (FiBL Deutschland e.V, 2012) (cf. Conclusion, 4.2). En France, il est possible de distinguer les deux en qualifiant les premières de terroir, localisées, de territorialisées ou de territoriales et les secondes de locales (Pouzenc *et al.*, 2007).

#### **4.2.2 Une importance donnée aux productions localisées**

Le second élément qui témoigne qu'un acteur accorde une signification territoriale à la production d'oignons sera l'importance donnée aux caractéristiques d'une appellation d'origine identifiées par Pouzenc et ses coauteurs (2007). Une appellation d'origine se caractérise, selon eux, par :

- La défense d'un produit, en le distinguant par un nom géographique, des pratiques productives, une notoriété et un positionnement commercial et par une argumentation structurée qui souligne ses spécificités,
- Un collectif, qui désigne ici un ensemble d'individus, d'acteurs reconnus comme structurés et réunis autour d'éléments communs (CNRTL). Une IG se fonde, en effet, sur un collectif d'acteurs, tout comme les démarches qui visent à valoriser une production agricole et alimentaire d'un point de vue territorial (Pouzenc *et al.*, 2007 ; Aderghal *et al.*, 2017 ; Senil *et al.*, 2014),
- Une aire délimitée géographiquement,
- Une reconnaissance institutionnelle consécutive à l'obtention d'un label,
- Un système de contrôle du respect du cahier des charges.

Le recours à la définition de Pouzenc *et al.* est motivé par le fait que cela confère à l'étude un intérêt théorique, en la rattachant aux recherches menées en géographie sur la territorialisation de l'agriculture et l'alimentation et sur les IG. Cela permet, de plus, d'interroger l'écart entre les produits sous IG et ceux qui ne sont pas labellisés. J'interrogerai, en particulier, le sens donné au nom du produit, aux pratiques culturelles et culinaires qui l'accompagnent, à l'aire de production et aux IG. Si un acteur accorde une importance à ces éléments, la signification accordée aux écotypes et à l'oignon sera qualifiée de territoriale.

La définition d'une signification territoriale et sa définition suivant des critères lexicaux et suivant les caractéristiques identifiées par Pouzenc *et al.* a émergé durant le traitement des entretiens et s'inscrit, de ce fait, dans une logique inductive promue par la démarche compréhensive. Considérons désormais la manifestation de cette signification territoriale dans les discours des acteurs.

## **CHAPITRE 6 : LA SIGNIFICATION TERRITORIALE SUR LE TERRAIN**

Ce premier chapitre montre que des acteurs concernés par la production d'oignons confèrent une signification territoriale à l'oignon. Cette démonstration se fera en quatre temps.

En premier lieu, j'analyserai la manière dont les acteurs défendent des produits ayant pour eux une signification territoriale (cf. 1) : cela passe, en l'occurrence, par l'emploi d'un nom spécifique et par le déploiement de pratiques culturelles et culinaires, elles aussi spécifiques et locales.

La signification territoriale se manifeste, en second lieu, par un intérêt pour les Indications Géographiques (cf. 2). Cette labellisation est dans ce cas souhaitée. Les produits qui en bénéficient sont vus comme des modèles tandis que le fait que la BBZ et l'oignon de Toulouges n'en disposent pas apparaît comme un manque dommageable. Une troisième partie étudie le sens donné à la délimitation de l'aire des écotypes à partir des Zonages à dire d'acteurs (ZADA) et du relevé de toponymes dans les entretiens (cf. 3). Leur analyse montre que l'aire de la BBZ est unanimement reliée à Bamberg et que les acteurs se rattachent à des territoires communs. Enfin, une dernière partie témoigne de l'appropriation du langage patrimonial dans les discours des acteurs (cf. 4).

Ces éléments mettent en évidence une signification territoriale accordée à l'oignon et éclaire le choix des écotypes locaux par des maraîchers, des distributeurs et des restaurateurs.



# 1 LA DÉFENSE D'UN PRODUIT PAR UN NOM ET DES PRATIQUES SPÉCIFIQUES

## 1.1 UN NOM QUI RÉSONNE, UN VECTEUR D'IDENTITÉ

La dénomination de l'oignon participe à la défense du produit (Pouzenc *et al.*, 2007) et est un témoin de la signification territoriale donnée par un acteur à la production d'oignons. Par son nom, le produit est effectivement identifié et rattaché à un territoire spécifique.

### 1.1.1 Nommer l'oignon à Bamberg : le signe d'une défense de l'oignon et de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*

Le nom de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* acquiert une forte signification territoriale s'il est prononcé dans le dialecte franconien et bambergeois. Après avoir relaté l'histoire de la variété, cette responsable d'un centre d'exposition remarque :

*« D'ailleurs, on dit Bamberger birnenförmige Zwiebel mais le vrai nom est Bamberger birn'förmige Zwiebel sans « en ». Birn'förmiche. » (PP1)*

Cette prononciation est liée à l'accent franconien et au dialecte bambergeois (cf. Chapitre 3, 2.2.2.11.2). Le nom de la variété est raccourci et les sonorités modifiées : le [g] est prononcé [ch] et le « en » éludé. Cette prononciation spécifique observée chez d'autres enquêtés et explicitement notée par trois d'entre eux, suggère la signification territoriale donnée à l'écotype. Il a d'autant plus ce sens pour la locutrice qu'elle signale être la descendante d'une famille de restaurateurs bambergeois et que c'est pour cela qu'elle a à cœur de mettre en valeur le maraîchage, les écotypes locaux et la *Gärtnerstadt* dans le cadre de son activité professionnelle.

### 1.1.2 L'oignon de Toulouges, un nom familial et approprié

L'appropriation du nom des écotypes locaux par les acteurs se manifeste également dans les Pyrénées-Orientales. L'oignon de Toulouges est dénommé de plusieurs manières et a, à chaque fois, une connotation particulière. L'« oignon de Toulouges » au singulier est la dénomination la plus fréquente. Vient ensuite l'« oignon rouge de Toulouges » qui met en avant le produit pour sa couleur. Ponctuellement, des enquêtés rattachés au conseil technique et à l'amont caractérise l'écotype par sa douceur gustative en le qualifiant de « doux » ou lui donne un sens agronomique en parlant de « type Toulouges ».

L'usage de noms raccourcis tels que le « Toulouges » et le « rouge de Toulouges » à, respectivement, 75 et 6 reprises suggère une familiarité avec le produit. L'espèce et la couleur sont éludées pour ne laisser que l'origine géographique. La mise en perspective des noms employés avec le profil des interrogés montre qu'un nom court tel que le Toulouges et le rouge de Toulouges n'est pas uniquement le fait d'acteurs anciennement installés, ayant repris une culture familiale d'oignons de Toulouges. Les maraîchers plus récemment installés ou n'étant pas originaires des Pyrénées-Orientales et les acteurs non agricoles emploient aussi ces termes. Cela montre une appropriation locale du nom de l'écotype.

L'oignon est, de plus, lié à des adjectifs qui soulignent son authenticité : « véritable », « authentique », « vrai ». Ces qualificatifs peuvent se comprendre comme un moyen de valoriser le produit et comme une opposition au Fireking, considéré comme « faux » oignon de Toulouges.

La présence d'une dénomination générique (« l'oignon de Toulouges ») et les variations multiples par l'ajout d'une connotation technique, d'une qualification laudative ou par un raccourcissement montrent l'appropriation du nom de l'écotype par les acteurs locaux, ce qui lui donne une signification territoriale.

Tableau 19 L'oignon de Toulouges, des dénominations multiples qui suggèrent sa signification territoriale

Dénomination	Nombre d'occurrences dans l'ensemble des entretiens	Nombre d'entretiens dans lesquels l'expression est présente
Oignon de Toulouges	274	46
Oignon rouge de Toulouges	127	26
Le Toulouges	75	11
Oignons de Toulouges	49	21
Rouge de Toulouges	6	4
Type Toulouges	4	3
Oignon doux de Toulouges	2	2
Véritable oignon rouge de Toulouges	2	1
Oignon doux rouge de Toulouges	1	1

### **1.1.3 L'oignon jeune, du *calçot* à la *cébette* : un oignon ayant une signification territoriale dans les Pyrénées-Orientales**

Dans les Pyrénées-Orientales, un autre type d'oignon fait l'objet d'une dénomination locale : l'oignon jeune qualifié de *cébette* et de *calçot*.

*« C'est un oignon qu'on utilise frais, en cébette comme on peut l'appeler. [...] C'est très agréable d'avoir un oignon entier dans l'assiette. Là, je couperais juste les radicules. Je pourrais le faire griller, le mettre sur une viande. C'est toute la noblesse du produit. » (R1)*

Ce restaurateur originaire des Pyrénées-Orientales qualifie l'oignon jeune de « *cébette* », un terme propre au Midi méditerranéen (Larousse). Il le personnifie et utilise un lexique laudatif : l'oignon jeune présente une « noblesse » qu'un emploi cru révèle. Il est associé à des perceptions visuelles et à des sensations : la vue de « l'oignon entier dans l'assiette » crée une sensation positive (« c'est très agréable »). L'oignon jeune est perçu comme une production locale et raffinée. La description des pratiques montre une volonté de simplicité et de minimalisme, en témoigne les trois courtes phrases au conditionnel et l'adverbe « juste » : l'oignon jeune se suffit, pour ainsi dire, à lui-même et n'impose pas de grandes actions de transformation. Le conditionnel signale les diverses utilisations possibles et les opportunités offertes par ce produit au restaurateur. En s'exprimant ainsi sur la *cébette*, ce restaurateur accorde une signification territoriale à l'oignon : il l'utilise un nom local et défend la spécificité du produit et des pratiques culinaires déployées.

L'oignon jeune est, de plus, associé à un écotype local de Catalogne : le *calçot*. Mentionné 42 fois dans 12 entretiens, le *calçot* est un grand oignon tendre, récolté à la fin de l'hiver et qui bénéficie d'une IGP autour de la ville de Valls. Il est cuisiné au four et accompagné d'une sauce à base de tomate, d'amande et d'ail. Les nombreuses mentions du *calçot* et le caractère proprement local et catalan de cette culture et des pratiques culinaires qui lui sont associées témoignent de la signification territoriale qu'il revêt.

*« Les calçots, c'est vraiment une tradition. Ça, c'est vraiment typique catalan mais Catalogne sud. Il s'en fait, il s'en demande. Ça commence, mais ... Y a pas longtemps d'ça, pas grand monde connaissait les calçots en Catalogne... de notre*

*côté, là. Et là, ouais, les gens t'en demandent. « Oh, vous avez pas des calçots ? ». Ils en ont mangé une fois, ça leur a plu et les gens en demandent. » (M24)*

Cette maraîchère insiste sur le caractère catalan du *calçot* et sur sa notoriété récente et croissante dans les Pyrénées-Orientales, dans le « côté » français de la Catalogne. Une des raisons tient, selon elle, à son goût et à l'expérience de dégustation : « ils en ont mangé une fois, ça leur a plu et ils en demandent ». Ce sont la dégustation et les sensations gustatives qui en résultent qui créent une relation à ce produit et renforce la demande locale. En d'autres termes, la signification sensible accordée au calçot vient renforcer sa signification territoriale.

Cette signification territoriale de l'oignon jeune dans les Pyrénées-Orientales se manifeste d'autant plus, par le contraste avec les discours tenus à Bamberg sur ce produit. L'oignon jeune y est perçu comme un type d'oignon commun, utilisé cru et en salade. À la question de savoir comment est utilisé l'oignon jeune, un restaurateur répond en quelques mots : « C'est principalement dans des salades ou comme garniture. Cru » (R10). La courte phrase, l'absence de développement et le lexique neutre et descriptif suggèrent le caractère commun de sa pratique et sa faible originalité. Un second restaurateur partage cette position. Lorsque je lui demande comment il utilise l'oignon, il explique :

*« Je pense que c'est une bonne chose d'essayer de tirer beaucoup de choses différentes de l'oignon et d'après ce que j'ai vu dans mon restaurant et durant ma formation, c'est absolument possible. Je pense que ça va au-delà du simple fait de mettre de l'oignon frais sur une salade. [...] On a vu qu'on peut vraiment en faire beaucoup de choses. » (R7)*

L'association entre oignon jeune et salade apparaît comme une pratique des plus classiques qu'il s'agit de dépasser par des expérimentations. Le locuteur met en avant l'expérimentation et les diversités d'utilisation de l'oignon, comme le montrent les verbes « essayer » (« *versuchen* ») et « pouvoir » (« *können* ») et l'adjectif « possible » (« *möglich* »). Les résultats possibles et attendus sont nombreux : on peut en « tirer beaucoup de choses » et « en faire beaucoup de choses ». Ce panel d'usages a été découvert par des expériences passées « dans [s]on restaurant et durant [s]a formation ».

Ces deux discours se rejoignent par le fait qu'ils ne confèrent pas à l'oignon jeune une signification sensible et territoriale particulière, ce qui par contraste met en avant celle qui lui est conférée dans les Pyrénées-Orientales.

La dénomination de l'oignon peut donc avoir une signification territoriale. La qualification de l'oignon jeune comme cébette ou comme *calçot*, la prononciation dialectale de la BBZ et les variations autour de l'oignon de Toulouges témoignent d'une appropriation par les acteurs locaux du nom des écotypes. Ces productions se caractérisent par un nom local (Pouzenc *et al.*, 2007) mais sont-elles aussi associées à des pratiques culturelles et culinaires spécifiques ? Les chapitres précédents ont montré que les pratiques culturelles et culinaires avaient une signification économique, sociale et sensible du fait que leur diffusion est liée à des interactions entre acteurs, à des sens et à des calculs économiques mais ont-elles également une signification territoriale, c'est-à-dire qu'elles sont perçues comme spécifiques à un espace localisé ?

## **1.2 LA CULTURE D'ÉCOTYPES LOCAUX : DES PRATIQUES SPÉCIFIQUES PAR LEUR DIMENSION TERRITORIALE**

### **1.2.1 Des pratiques culturelles**

Les pratiques culturelles reconnues comme spécifiques aux écotypes concernent, notamment, la date de plantation. Ce maraîcher bambergeois indique au sujet de la BBZ :

*« On doit les planter assez précocement pour qu'ils deviennent assez gros. Quand il est trop tard, on a des plus petits oignons et on doit, l'année d'après, les planter plus tôt pour qu'ils deviennent plus gros. » (M39)*

La *Bamberger birnenförmige Zwiebel* est plantée au printemps, « assez précocement » (« *früh genug* »), afin d'obtenir de gros calibres. Si cela n'est pas réalisé, cela entraîne la récolte de « plus petits oignons ». Dans ce cas, l'année suivante, il se doit de rattraper ce déboire en plantant plus tôt. Du fait de l'emploi du verbe de modalité « devoir » (« *müssen* »), le maraîcher exprime moins un conseil qu'une prescription pour obtenir la récolte voulue. La culture de BBZ est ainsi entourée de pratiques ayant un caractère contraint et normé.

La spécificité des pratiques culturelles autour de la BBZ tient, *a fortiori*, à la prise en compte des conditions pédoclimatiques de Bamberg :

*« Au plus tôt, la plantation, c'est à la fin avril parce que les oignons ne doivent pas subir de gel. Les oignons ne supportent pas le gel. Donc, on ne peut pas les planter en mars, il y a encore du gel, ce n'est pas bon. Donc, fin avril, on*

*commence la plantation. Et, ensuite, la récolte, c'est trois mois après. Donc juin, juillet, août. Ensuite, le stockage, c'est jusqu'à mars-avril. » (M39)*

Le gel tardif impose une plantation « à la fin avril ». Là aussi, les verbes de modalités « devoir » (« *müssen* ») et « pouvoir » sous sa forme négative (« *nicht können* ») montrent que composer avec le gel relève de l'obligation et qu'une plantation précoce de la BBZ est impossible. Cette explication tient aux caractéristiques de tout oignon qui est décrit comme ne supportant pas le gel. Par sa capacité à « subir » le gel, l'oignon est personnifié et fait figure d'être vulnérable : ils « ne doivent pas [le] subir ». Cette injonction témoigne de la dimension sensible de la culture de l'oignon et confère une responsabilité au maraîcher : ce dernier est tenu d'être attentif à la date de plantation afin de ne pas faire « subir de gel » à l'oignon. La date de plantation est doublement déterminée, par les caractéristiques de l'oignon et par le climat bambergeois de telle sorte que la pousse de l'oignon implique de porter attention à la plante et au contexte local.

Après avoir explicité ses pratiques de plantation, l'interrogé décrit la suite de la culture : une description qui dénote l'habitude avec laquelle est appréhendée la culture de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. La culture est scindée en étapes qui sont, chacune, associées à un mois ou à une période de l'année. Cela s'apparente à un calendrier et, qui plus est, à un cycle car avril est le mois jusqu'auquel l'oignon peut être stocké et durant lequel il est planté. L'habitude d'observer ce cycle est soulignée par l'emploi du présent : chaque année, la culture se déroule de manière similaire.

La culture de la BBZ revêt ainsi une signification sensible et territoriale dans ces discours. La signification sensible se manifeste par la personnification de la plante, par le rôle de l'observation et par le flou des dates données. Les dates de plantation dépendent plutôt de pratiques acquises par l'usage et par l'observation et devenant ancrées au fur et à mesure des habitudes et des pratiques. Or, étant donné que ces pratiques sont spécifiques à la BBZ, cela renforce le sens territorial donné à l'écotype.

Comme la BBZ, l'oignon de Toulouges fait l'objet de pratiques culturelles spécifiques. Une attention est, en particulier, portée à la date de plantation :

*« Normalement, le véritable rouge de Toulouges, tu ne peux le faire, tu ne peux le semer que la dernière lune avant Noël. Sinon, il te monte en graines, si tu le mets avant. Quand tu vas arriver au moment de la récolte, il sera tout monté en*

*graines. Il vaut rien. Tandis que le Fireking, je l'ai déjà et si j'avais voulu le planter il y a quinze jours, j'aurais pu le planter. [...] Donc, ça te fait deux mois d'écart en jours courts. Donc, à l'arrivée, ça te fait deux mois d'écart entre le Fireking et le Toulouges. C'est pour ça que les types qui ont du Toulouges au mois de mai, ça n'est pas possible [rires]. » (M31)*

Ce maraîcher a cultivé de l'oignon de Toulouges durant trente ans et plantait ses semis autour de Noël, ce qui est un moyen, selon lui, d'éviter la montaison de l'oignon. Le verbe « pouvoir » associé à la négation restrictive « ne...que » suggère l'impossibilité de mener cette culture à d'autres dates et le calendrier restreint auquel le maraîcher doit se conformer. L'adverbe « normalement » et l'emploi du présent d'habitude et du futur montrent que le choix de cette date est une obligation et qu'en cas de non-respect, la montaison de l'oignon ne fait pas de doute. La plantation à cette période de l'année permet, de plus, d'authentifier le « véritable rouge de Toulouges » et de le distinguer de la variété hybride Fireking. Cette dernière peut, en effet, être plantée à tout moment de l'année et, entre autres, à l'automne lorsque la durée des journées raccourcit et qu'il n'est pas encore possible de planter de l'oignon de Toulouges. Planté deux mois plus tôt, le Fireking est ainsi récolté et vendu « deux mois » plus tôt avant l'oignon de Toulouges, à partir de la fin mai.

La date de plantation du Toulouges acquiert, en cela, une signification territoriale : propre à l'écotype, elle a été mentionnée par neufs interrogés, tous appartenant à la sphère agricole. La date recommandée de semis diffère néanmoins : « la dernière lune avant Noël » (M31) « autour de Noël » (M11), « au mois de décembre » (M17), « entre Noël et le nouvel an » (M14). De plus, cette date n'est souvent pas justifiée. Sur les neufs enquêtés qui l'ont évoquée, sept n'ont pas donné d'explication. Cette date fait partie des « trucs d'anciens » (M34), comme « un peu le truc catalan [rires]. Un peu traditionnel. Les croyances populaires ! [rires] » (P3). L'oignon de Toulouges est alors planté à la fin décembre sans qu'une explication soit donnée durant l'entretien. Cela renforce la signification sociale et territoriale de cette pratique : elle apparaît comme une habitude, une norme locale si ancrée qu'elle demeure non interrogée.

Les deux maraîchers qui ont cherché à expliquer cette pratique, se sont référés au calendrier lunaire. L'explication de l'interrogé M31 reste vague et a trait à la « lune avant Noël ». Néanmoins, un pépiniériste produisant des plants d'oignons de Toulouges pour des

particuliers et, dans une moindre de mesure, pour des professionnels, fournit davantage d'explications :

*« En décembre, tout coïncide. La vieille lune, la lune décroissante et la lune descendante. Donc, c'est pour ça qu'on dit qu'on le plante au mois de décembre. On dit la lune de Noël entre guillemets. Les paysans, ils disaient ça. Mais, là, en l'occurrence, ça tombe pas à Noël, ça tombe vers le 11 décembre. Donc, idéalement demain. » (P7)*

Ce pépiniériste donne deux explications au suivi de cette pratique : le croisement de trois phénomènes que sont « la vieille lune, la lune décroissante et la lune descendante » et le fait que cette pratique soit transmise par des « paysans ». En ce qui concerne les lunes, la vieille lune et la lune décroissante sont des synonymes pour désigner les jours précédant la nouvelle Lune. La lune est dite descendante quand elle se rapproche de la Terre, durant la deuxième moitié de sa rotation sidérale, soit durant treize jours et demi. La lune descendante est généralement jugée favorable à la pousse des racines, à la plantation et au repiquage tandis que la lune décroissante serait une période adéquate pour planter des légumes racines. La coïncidence de ces deux composantes du calendrier lunaire explique, de ce fait, la tradition de le planter « au mois de décembre ».

Dans un autre ordre d'idée, la pratique est expliquée par sa transmission au sein du milieu agricole local. L'explication est donnée par des « on » et des « paysans ». Ce dernier terme désigne ici la profession maraîchère avec une connotation positive, en lui reconnaissant une ancienneté et des savoir-faire (Kazic, 2022). En l'utilisant comme sujet antéposé, les « paysans » sont mis en avant. Le fait que « les paysans, ils disaient ça » constitue, en quelque sorte, un argument d'autorité pour convaincre de la validité de cette date.

L'interrogé remet, toutefois, en question cette norme en indiquant qu'en 2022, le phénomène lunaire attendu ne se produit pas à Noël mais le 11 décembre. Sa prise de distance avec la norme est soulignée par l'expression « entre guillemets » et la conjonction « mais ». La norme semble devoir être réinterrogée pour en comprendre l'origine et planter l'oignon de Toulouges au moment approprié.

La date de plantation de l'oignon de Toulouges a ainsi une forte signification territoriale et sociale. Elle est spécifique à l'écotype local et ne vaut pas pour tout oignon. Aussi, apparaît-



elle comme une habitude, une norme diffusée localement au sein de la profession et rarement interrogée. S'y conformer paraît conditionner la réussite de la production.

L'identification de pratiques culturelles spécifiques, tenant notamment au calendrier de plantation et de récolte, montre la signification territoriale qui est conférée à l'écotype. Il est, *a fortiori*, possible d'identifier un entremêlement des significations territoriales, sensibles et sociales. Toutes trois sont complémentaires pour mieux comprendre les pratiques déployées pour cultiver des écotypes locaux.

## **1.2.2 ...Aux pratiques culinaires**

Outre les pratiques culturelles, les écotypes sont associés à des pratiques culinaires, à des recettes et à des spécialités propres et ayant une signification territoriale. Cela est particulièrement visible pour l'oignon de Toulouges, lié à la salade de tomates.

### **1.2.2.1 Manger de l'oignon de Toulouges**

La partie précédente a été l'occasion de montrer la signification sociale et sensible de la cuisine de l'oignon de Toulouges (cf. Chapitre 5, 2.1). Sa dégustation, notamment, dans une salade de tomates, suscite des sensations gustatives et olfactives positives et s'apparente à une norme sociale tacite à laquelle se conforment les acteurs originaires ou non du secteur et arrivés récemment ou non.

Or, cette pratique est vue comme spécifique à cet écotype local (Thibaut-Comelade, 2017 ; Torrès, 2014) et, comme cela a parfois été dit, constitutive de la culture catalane<sup>130</sup>. Rappelons cet extrait où un maraîcher signale : « traditionnellement, chez nous, les Catalans, oui, bien sûr, avec une bonne tomate, une bonne huile d'olive, un petit peu de sel de Guérande et puis, ça suffit. » (M29). Dans ce propos, les Catalans correspondent à un groupe social distinct. Le locuteur exprime son sentiment d'appartenance à ce groupe par l'emploi du pronom pluriel « nous » et par son explicitation : « chez nous, les Catalans ». La salade est ce qui est réalisée « traditionnellement » : un terme qui se rattache au langage patrimonial.

Reconnue comme une part de l'identité catalane et faisant figure de norme locale, la salade de tomates agrémentée d'oignons de Toulouges crus a, de ce fait, une signification territoriale. Plus largement, des mets cuisinés avec de l'oignon de Toulouges et mentionnés par les interrogés tels que l'omelette et « les escalivades, la salade catalane avec des légumes

---

<sup>130</sup> Entretiens P2, M29, R2, R4

cuits » (R5) sont-ils revendiqués comme typiquement catalans<sup>131</sup>. L'oignon de Toulouges est, en définitive, au cœur de pratiques collectives ancrées localement.

### **1.2.2.2 Manger de l'oignon à Bamberg : des spécialités locales qui mettent la Bamberger birnenförmige Zwiebel au second plan**

À Bamberg, c'est moins la BBZ que l'oignon de charcuterie qui fait l'objet de recettes considérées comme des spécialités locales et qui ont une signification territoriale. Quand je lui demande si des recettes avec des oignons sont emblématiques du secteur, ce responsable de la cuisine d'une brasserie bambergéoise cite les *Blaue Zipfel*<sup>132</sup>, la *Bratwurst* (saucisse à rôtir) au laurier, et le *Gerupfte Käse* (fromage plumé)<sup>133</sup> :

*« Hier soir, des gens voulaient des Blaue Zipfel. C'est aussi une spécialité. Ce sont des saucisses rôties et c'est cuisiné dans un bouillon au vinaigre. Et c'est accompagné de beaucoup d'oignons. Je peux aussi cuisiner du porc avec l'oignon. Tu ajoutes du laurier avec la Bratwurst. Et tu fais cuire lentement, donc 15 minutes. Quand la Bratwurst est prête, et il y a une odeur sucrée et ça sent bon l'oignon ensuite. C'est aussi une spécialité d'ici. Et aussi, le Gerupfte Käse avec du fromage. Nous utilisons pour ça un camembert et on met de l'oignon avec. C'est très bon aussi. C'est une spécialité d'ici aussi. C'est le Gerupfte Käse, on le fait toujours avec du camembert et c'est très bon avec de l'oignon. » (R13)*

Le caractère local et spécifique transparait dans les termes « spécialité » (« *Spezialität* ») et « d'ici » (« *von hier* »). Avec l'appui du langage patrimonial et de verbes d'action (« ajoutes », « fais cuire »), il décrit les recettes en indiquant les ingrédients et les pratiques nécessaires à leur réalisation. Ces plats s'accompagnent de perceptions gustatives et visuelles et de sensations positives : la cuisson de la *Bratwurst* crée « une odeur sucrée » et « quand la *Bratwurst* est prête » implique une perception visuelle. Gustativement, enfin, les plats sont jugés « bons » voire « très bons ». Par l'association du langage patrimonial et du lexique des

---

<sup>131</sup> Entretiens M2, M5, R2, R4

<sup>132</sup> Recette traditionnelle de Franconie, où des *Bratwurst* sont cuites avec du vinaigre, des oignons, du vin blanc, du laurier.

<sup>133</sup> Recette traditionnelle de Franconie à base de camembert, de crème, de beurre, d'oignon et de paprika. Le tout est mélangé, battu, servi avec de l'oignon et tartiné sur du pain.

perceptions sensorielles, la cuisine de ces spécialités revêt ainsi une signification sensible et territoriale.

À Bamberg, une recette à base d'oignon est considérée, en particulier, comme typiquement locale : la *Bamberger Zwiebel*. Cet oignon farci de viande hachée et cuit dans une sauce à la bière apparaît, dans les discours, comme une recette emblématique de la ville. Pour bien comprendre ce en quoi consiste ce mets, laissons la parole à ce chef cuisinier travaillant dans une brasserie du centre-ville de Bamberg :

« *Le Bamberger Zwiebel, il est farci avec de la viande hachée. On le fait avec la sauce à la bière. C'est naturellement une spécialité régionale avec de la bière fumée. [...] Pour l'oignon farci, oui, oui, nous utilisons un oignon de charcuterie qui fait peut-être 400g. Et on enlève l'intérieur avec une cuillère et, ensuite, on fait de la viande hachée et on la met à l'intérieur. Et on la fait cuire.* » (R13)

Le locuteur décrit les pratiques nécessaires à la réalisation de la recette. Le présent signale l'habitude avec laquelle la recette est appréhendée et les pronoms « on » (« *man* ») et « nous » (« *wir* ») le fait qu'elle n'est pas une invention personnelle. Il précise qu'elle est préparée avec un oignon de charcuterie de grand calibre et non avec une *Bamberger birnenförmige Zwiebel*. L'oignon farci est alors considéré comme une spécialité régionale (« *regionale Spezialität* »). L'adverbe « naturellement » (« *natürlich* ») dénote même que cela constitue une évidence : sa présence sur la carte de son restaurant va de soi.

La recette s'est médiatisée par l'intermédiaire des restaurateurs qui proposent le plat sur leur carte, et, notamment, les brasseries du centre-ville de Bamberg : Schlenkerla (cf. Illustration 20), Brudermühle, Spezial ou Hofbräu<sup>134</sup>. La médiatisation est, de plus, renforcée par les pouvoirs publics et des associations. La recette est citée par l'association *Genussregion Oberfranken* sur son site Internet où sont présentées des plats typiques de Haute-Franconie ; et par l'équipe du Centre du patrimoine mondial de la Ville de Bamberg dans « un livre de cuisine avec de vieilles recettes typiques de villes inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO » (PP1).

---

<sup>134</sup> Entretiens PP1, R9, R10, R12, R13



En définitive, l'oignon à Bamberg et l'oignon de Toulouges dans les Pyrénées-Orientales font l'objet de pratiques culinaires et culturelles spécifiques : une spécificité qui tient à leur caractère localisé et voire leur lien exclusif avec un écotype local. La salade de tomates mêlée à de l'oignon de Toulouges et l'oignon farci appelé *Bamberger Zwiebel* en sont représentatifs. Par conséquent, déployer ces pratiques et les relever dans son discours montrent que l'acteur accorde une signification territoriale à l'oignon et aux écotypes.

## 2 LA LABELLISATION : UN PERSPECTIVE SOUHAITÉE

Une production localisée peut, en outre, faire l'objet d'une reconnaissance institutionnelle via un cahier des charges, un label, une marque territoriale et/ou une Indication Géographique (IG) (Pouzenc *et al.*, 2007). Or, les deux écotypes locaux ne sont pas concernés par de telles démarches. Aucun projet de label actuel ou passé pour la BBZ n'a été mentionné durant l'enquête. Des projets sur l'oignon de Toulouges ont été lancés, sans aboutir. Des maraîchers, des représentants de la Chambre d'Agriculture du département et des membres de la société civile et, entre autres, de l'association Slow Food Pays Catalan avaient envisagé de créer une IGP pour l'oignon de Toulouges dans les années 2000. Malgré l'intérêt de certains producteurs, les porteurs du projet ont fait face à des refus ou à une absence de motivation liée, en particulier, au temps et à l'engagement personnel qu'une telle démarche implique. Il

n'y a pas eu d'ébauches de périmètre ou de cahier des charges. Cela est donc resté au stade d'idée et il n'y a pas eu de suites au projet.

Dans ce contexte et dans une optique compréhensive, il s'agira d'interroger le sens donné par les acteurs aux Indications Géographiques. Accorder une signification territoriale à la production revient ainsi à donner de l'importance à ces démarches, à les considérer comme des modèles à suivre ou, du moins, comme une perspective souhaitée et souhaitable. Cette partie analysera les discours qui partagent ce point de vue.

## **2.1 L'ABSENCE D'IG SUR L'OIGNON DE TOULOGES : UN FAIT DOMMAGEABLE ET REGRETTÉ**

L'importance accordée aux IG se manifeste par le fait que l'absence d'IG sur l'oignon de Toulouges soit assimilée à un échec. Le projet avorté d'IGP sur l'oignon de Toulouges alimente les regrets, la frustration et la déception de certains acteurs. Cette déception se manifeste par la recherche d'explications à cet échec et par l'évocation des conséquences de l'absence d'IG.

Plusieurs explications sont données. Une première est donnée par ce représentant d'une coopérative et tient au caractère réduit et ponctuel de la production :

*« La production, elle est vachement éclatée c'est-à-dire que à part, trois ou quatre gros faiseurs, fin... producteurs, après, c'est 1000m<sup>2</sup>, 1000m<sup>2</sup>, 500m<sup>2</sup>. » (C3)*

Une deuxième explication concerne les caractéristiques structurelles de l'éco-type. Son hétérogénéité et sa faible conservation posent problème et sont considérés comme des freins à la valorisation du produit par un label et à son exportation au-delà de l'échelon local.

*« Le gros souci, c'est la conservation. Je pense que c'est ça qui pose problème avec cet oignon parce qu'il se tient vraiment pas du tout. Il doit même pas se tenir un mois. Donc, comparé à toutes les autres variétés d'oignons qui tiennent très bien, celui-là on est vite embêté quand même. On peut pas le laisser sur champ parce qu'il s'échauffe avec le soleil. » (M2)*

Ces phrases interviennent lorsque je demande à cette maraîchère si, selon elle, l'oignon de Toulouges a un potentiel inexploité. Sa réponse est teintée de scepticisme. Bien que ne cultivant cet oignon que depuis trois ans, elle remarque sa faible conservation et les contraintes qui en résultent : à savoir, une récolte et une commercialisation rapide pour éviter

qu'il ne pourrisse. Ce constat fait suite à une comparaison avec d'autres oignons ayant une meilleure conservation. La conservation réduite notée par de nombreux enquêtés est liée à la forte teneur en eau de l'oignon de Toulouges<sup>135</sup>. Cela favorise, certes, sa douceur gustative et sa grande taille mais aussi son pourrissement rapide. L'autre propriété de l'écotype regrettée par les acteurs est son hétérogénéité. À sa récolte, les oignons sont de taille très variable, ce qui complique leur commercialisation en circuits longs au-delà des Pyrénées-Orientales.

*« C'est un peu son défaut. Comme il est pas hybride, il peut être gros, moyen, un p'tit peu en dessous du moyen, petit. Voilà, c'est pas homogène. Il peut être très très gros comme il peut être moyen. J'dirais, c'est son défaut. Quand c'est très très gros, effectivement, ça attire l'œil mais ça peut aussi effrayer. » (M29)*

Quand ce maraîcher cultivant de l'oignon de Toulouges évoque l'absence de label dans l'entretien, il mentionne rapidement les variations de calibre qu'il considère comme le défaut majeur de l'écotype. L'énumération de différentes tailles témoigne de cette hétérogénéité. En particulier, il concède que le gros calibre, « ça attire l'œil » sur un étal, mais estime que « ça peut aussi effrayer » les personnes vivant seules ou en couple et consommant peu d'oignons. D'après le locuteur, l'hétérogénéité des calibres associée aux difficultés de la récolte et de la vente compliquent l'exportation du produit et la mise en place d'une IG.

Dans ces trois témoignages, les caractéristiques structurelles de l'oignon de Toulouges sont des causes indirectes de l'absence d'IG et sont davantage déplorés que critiqués. Cette recherche d'explications dénote, ainsi, le regret des acteurs de ne pas en disposer d'IG.

Plus encore que des causes, les locuteurs recherchent les responsables de ce qui est, pour eux, un échec. Pour certains, il s'agit des organismes professionnels. Une appellation, « c'est au bon vouloir des Chambres d'Agriculture et des services qui s'occupent de ça » (P2), soutient cet agriculteur. En revanche, pour de nombreux interrogés, qu'ils soient agriculteurs ou non, ce sont les agriculteurs qui doivent porter ce type d'initiative.

---

<sup>135</sup> Entretiens M11, P2, C3

*« Y a jamais eu rien de fait pour une AOC. À partir du moment où t'as pas les agriculteurs qui sont pour. L'AOC Abricot du Roussillon, fallait que ...C'est porté par les agriculteurs, ce genre de trucs. » (M11)*

*« Les producteurs eux-mêmes, si ça les intéresse pas, pourquoi vous voulez le faire ? Oui, ça doit être porté par la Chambre d'Agriculture mais la Chambre d'Agriculture, c'est un organisme. Mais, vous pouvez le porter que si vous avez une poignée de maraîchers qui sont dans le coup, qui ont envie de rentrer dedans et de faire ça. » (SC1)*

Cette maraîchère et ce représentant de la société civile attribuent l'absence d'IG à l'absence de portage par des acteurs agricoles. Avant l'extrait cité, la première locutrice relate comment elle a tenté avec des acteurs associatifs et la Chambre d'Agriculture de lancer une AOC dans les années 2000. Elle est alors confrontée à un refus des maraîchers ou, du moins, à une motivation réduite à s'engager. Son propos est teinté de regret et l'absence de label est assimilée à un échec. Le second raconte, lui aussi, avoir tenté de rencontrer des producteurs pour prendre le pouls. Il met en avant l'importance d'avoir « une poignée de maraîchers qui sont dans le coup », un groupe qui impulse une dynamique et entraîne les autres acteurs dans son sillon. Les institutions telles que la Chambre d'Agriculture n'ont qu'un rôle de soutien, d' « encadrement technique », pour reprendre les termes de Sarrazin (2016) : ils soutiennent l'initiative mais n'en sont pas les initiateurs ni les principaux porteurs. Dans cette perspective, les trois enquêtés cités regrettent, pour ainsi dire, qu'aucun acteur ne remplissent une fonction leaderale et organisatrice sur le micro-bassin afin de faire émerger un projet de labellisation (*ibid.*).

Des interrogés, qu'ils soient ou non agriculteurs, ont alors expliqué l'absence d'engagement des agriculteurs dans un label par leur caractère catalan.

*« Ils l'ont pas l'AOP ? Ils sont pas en train de la demander ? Voilà, parce que je sais qu'il y a eu un projet. Mais il n'a pas abouti ? Non... C'est ça le problème, c'est que... ça, c'est un peu catalan. Je suis catalan aussi [rires]. Ils vont pas jusqu'au bout de la démarche. S'ils doivent faire du collectif, ils disent toujours qu'ils font du collectif. Mais je trouve que la grande démarche ici, c'est qu'on fait du collectif individuel, voilà [rires]. » (R2)*

Ce restaurateur a connaissance du projet de label sur l'oignon de Toulouges mené dans les années 2000 mais ignore s'il a abouti. Lorsque je lui apprends qu'il n'y a pas eu de suite, le locuteur explique cela par la nature catalane : « c'est ça le problème, c'est que... ça, c'est un peu catalan ». Le présent a une valeur de vérité générale et présente un état de fait : être catalan signifie affirmer faire du collectif mais faire en réalité « du collectif individuel ». Le paradoxe de cette expression et les rires qui ponctuent le propos montre que l'analyse est faite sur le ton de l'humour. Le locuteur s'inclut dans le groupe critiqué : il se revendique personnellement comme catalan et utilise le pronom « on » pour qualifier ceux qui font ce fameux collectif individuel. Il s'agit donc moins de critiquer de manière acerbe que de tourner en dérision l'attitude locale vis-à-vis des démarches collectives.

Dans d'autres entretiens, la démonstration de la responsabilité du caractère catalan dans l'absence d'IG sur l'oignon de Toulouges est au cœur d'une critique plus virulente voire teintée de mépris. La figure du catalan hostile aux démarches collectives peut se comprendre comme une représentation sociale qui dépasse le strict cadre des entretiens (Sirach, 1974 ; Delon, 1993) : elle est, en effet, présente, à la fois dans les discours d'enquêtés et dans la littérature sur le maraîchage des Pyrénées-Orientales (cf. Chapitre 3, 2.2.1.12.3).

Ainsi, l'absence de label tente d'être expliquée, à la fois, par les caractéristiques structurelles de l'écotype, par l'absence d'engagement d'un groupe de producteurs et par le caractère catalan. Ce souci de chercher des causes montre que l'IG a une importance pour les acteurs et est une perspective souhaitée. *A contrario*, l'absence d'IG est déplorée, perçue comme un manque, un échec et suscite des regrets : elle menacerait le maintien de l'écotype local et favoriserait son remplacement par la variété hybride Fireking. Considérer le label comme le moyen de sauvegarder des écotypes locaux et son absence comme dommageable témoigne de l'importance que revêt ce dispositif aux yeux des enquêtés et de la signification territoriale accordée à la production d'oignons.

## **2.2 LES IG COMME MODÈLES : HÖRNLA, CALÇOT, PIMENT D'ESPELETTE ET OIGNON DES CÉVENNES**

Dans les deux terrains d'étude, l'évocation répétée d'IG sur des oignons ou sur des fruits et légumes confirme cette analyse. Ce mode de valorisation est plébiscité par une partie des enquêtés. Considéré comme un vecteur de retombées économiques et de notoriété, il bénéficie d'une image souvent positive.



À Bamberg, sont évoqués l'AOP sur la pomme de terre *Hörnla* ou *Hörnchen* dont Bamberg fait partie, et le projet d'AOP sur le *Bamberger Knoblauch* (l'ail de Bamberg). La *Hörnla* est mentionnée par dix-huit interrogés dans la région de Bamberg. Lorsque c'est le cas, les interrogés insistent sur sa notoriété : « la *Bamberger Hörnchen* a du succès » (SC4), indique ce responsable de bureau d'études spécialisé dans la mise en place de marques territoriales et d'IG. Lorsqu'il s'agit d'IG, au-delà de la *Hörnla*, c'est le projet d'AOP sur l'ail de Bamberg qui est mentionné. Les discours à son propos montrent l'image positive de l'IG et l'espoir que suscite le projet. Ce responsable de bureau d'études décrit les actions réalisées et en cours autour de l'ail de Bamberg :

*« L'ail de Bamberg, nous l'avons protégé avec la marque du Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois et nous voulons aussi le protéger avec une AOP, une appellation d'origine protégée. C'est une appellation d'origine protégée que nous voudrions. » (SC4)*

L'ail de Bamberg, en tant que produit frais, est d'ores-et-déjà protégé par la marque de l'*Interessengemeinschaft Bamberger Gärtner* (Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois) mais le souhait serait de créer une AOP sur l'ail fumé et fermenté. À plusieurs reprises, le locuteur insiste sur la volonté d'obtenir une IG et témoigne de la dynamique collective autour du projet : été créée « une association pour l'ail de Bamberg (*Bamberger Knoblauch*) où il y a cinq ou six maraîchers bambergeois parmi les membres » (SC4) et « nous voulons impliquer les pépiniéristes » (SC4). Bien que, comme il le dit, le projet soit freiné par des débats sur les modalités de contrôle des producteurs, il nourrit les espoirs d'acteurs locaux. Une responsable du Centre UNESCO de Bamberg explicite l'objectif de la labellisation et note les effets positifs déjà observés :

*« Pour l'ail de Bamberg, nous avons essayé de développer un produit premium car c'est une variété particulière, différente des autres ails. Il est fumé et fermenté. [...] Il est devenu bien adapté à être vendu comme un produit premium, dans un bel emballage pour ensuite être vendu. Il est de nouveau cultivé et avec le fumage et la fermentation, nous avons pris conscience de beaucoup de choses : la manière dont il doit être fumé et la manière dont il doit être fermenté. Donc, l'ail est toujours cultivé. [X, un maraîcher bambergeois] en a encore. » (PP1)*

Le projet de label a, d'après elle, permis la médiatisation de l'ail fermenté de Bamberg, le développement d'une image de « produit premium », la création d'un « bel emballage » qui identifie le produit, la clarification des pratiques de fumage et de fermentation et le maintien de la production locale. Dans ce discours, l'IG apparaît comme le moyen de sauvegarder le produit, de le reconnaître sur le marché et d'obtenir une plus-value à sa vente. Cette maraîchère bio pointe une autre conséquence positive d'une IG sur l'ail de Bamberg :

*« Nous avons nos propres ails dans la famille, nous faisons les semences mais ce n'est pas protégé. Il n'y a pas d'appellation protégée. Et [X, son fils aujourd'hui gérant de l'exploitation] en a besoin parce qu'il fait partie de Bioland » (M42)*

La locutrice est la mère du maraîcher cité par l'enquêtée précédente et travaille avec lui sur l'exploitation. Elle dit avoir besoin de l'IG sur l'ail du fait de la reconnaissance et de la plus-value qu'elle apporte. Cela permet de remédier, plus spécifiquement, à une difficulté rencontrée par le fils de la locutrice du fait de sa labellisation suivant le cahier des charges Bioland. Il ne peut, en effet, pas prétendre au label Bioland pour l'ail de Bamberg en raison de l'absence de semences biologiques certifiées. Avec l'obtention d'une IG, il pourrait faire labelliser sa production, certes pas par Bioland mais par cette IG et mettre en avant ce produit. Le label a donc une importance pour ces enquêtés.

Il en est, de même, dans les Pyrénées-Orientales où l'oignon des Cévennes, le piment d'Espelette, les *calçots* de Valls, tous trois rattachés à des Indications Géographiques sont, pour beaucoup, des modèles à suivre.

*« On va prendre un exemple autre que l'oignon rouge de Toulouges : le piment d'Espelette. Quand j'ai fait une conférence sur les saveurs catalanes, je comparais avec deux choses : ce que font les Catalans du sud et ce que fait le Pays Basque. Des régions identitaires et qui, à mon avis, se débrouillent mieux que nous. C'est comme ça. Vous prenez le piment d'Espelette : il est connu partout. À la télé, dans une émission sur la cuisine ou je sais pas quoi, les gens mettent du piment d'Espelette [...]. Est-ce que vous avez entendu, une fois, qu'on met de l'oignon rouge de Toulouges ? Non, voilà, vous voyez la différence. » (SC1)*

Cet auteur de livres sur la cuisine catalane propose de comparer l'oignon de Toulouges au piment d'Espelette et aux produits sous IG en Catalogne tels que le *calçot*. Il met en avant ces produits pour leur notoriété et leur médiatisation. La présence du piment d'Espelette à la

télévision et son utilisation par « les gens » en général sont des marqueurs de notoriété. La comparaison concerne les produits et, plus largement, les régions d'où ils proviennent. Les « régions » basques et catalanes font figure d'allégories dans la mesure où elles sont dotées d'une capacité d'action. Ce sont elles qui « se débrouillent mieux ». C'est le Pays Basque qui « fait » des choses. Il oppose les démarches menées dans ces territoires à ce qui est fait par « nous », ce qui sous-entend vraisemblablement les Catalans français. Il clôt la comparaison en demandant si l'oignon rouge est aussi médiatisé que le piment d'Espelette. Il s'agit là d'une question rhétorique qui n'attend pas de réponse de ma part. Preuve en est : il répond de lui-même à la question et conclut que « non, voilà. » La locution « non » qui affirme sans ambiguïté la réponse à la question et le terme « voilà » suggère que la moindre notoriété de l'oignon de Toulouges constitue un fait indiscutable.

Or, la représentation positive des produits sous IG influent sur le choix des acteurs en termes d'oignons. Ce maraîcher producteur d'oignons de Toulouges en témoigne en commençant par évoquer l'AOP sur l'oignon doux des Cévennes (cf. Encadré 3) :

*« Moi, je trouve que c'est un modèle. Vous savez, il y a des produits comme ça qui sont extraordinaires. L'oignon en est un. L'oignon blanc des Cévennes, c'en est un. Parce que je vois, moi, chez mon fournisseur de légumes, y a toujours des oignons blancs des Cévennes. Mais, prenez le piment d'Espelette aussi. C'est connu dans toute la France. » (M29)*

À l'instar de l'enquête précédent, le locuteur parle avec un ton laudatif du piment d'Espelette et souligne sa grande notoriété. Il ne cache pas non plus son admiration devant l'oignon des Cévennes. Une des preuves du caractère « extraordinaire » de ce produit tient à sa présence quasiment toute l'année chez son grossiste. Il indique, par la suite, qu'un restaurateur qu'il fournit en légumes privilégie l'oignon des Cévennes aux dépens de l'oignon de Toulouges du fait de sa douceur gustative, de sa conservation et de sa disponibilité.

*« Évidemment que j'essaye de lui vendre de l'oignon rouge de Toulouges quand c'est la période mais je suis sûr que s'il y avait de l'oignon des Cévennes même l'été. Heureusement, ça n'est pas le cas, il travaillerait plutôt de l'oignon des Cévennes. » (M29)*

L'oignon de Toulouges apparaît comme un choix par défaut du restaurateur qui y recourt uniquement l'été, quand il n'y a pas d'oignons des Cévennes. Si le grossiste chez qui le

marâcher s'approvisionne disposait d'oignon des Cévennes, il ne fait pas de doute qu'il serait choisi par le restaurateur.

L'oignon des Cévennes est mentionné dans 56% des entretiens réalisés dans les Pyrénées-Orientales et son AOP est souvent perçue comme un modèle et une réussite<sup>136</sup>. Les acteurs vantent son label, sa notoriété extra-locale, ses qualités organoleptiques et sa conservation. Sa représentation positive est accentuée par le fait que son évocation s'inscrit régulièrement dans une comparaison avec l'oignon de Toulouges.

*« Je pense qu'on n'en parle pas assez [de l'oignon de Toulouges] ... parce que on parle beaucoup de l'oignon blanc des Cévennes. Ils sont beaux, les oignons, quand vous les achetez. Ils sont tous calibrés, y a dessus un petit adhésif avec marqué oignon blanc des Cévennes et quand vous faites la recette avec ça, c'est un régal, ça change tout. Et moi, je les prends quand je n'ai plus d'oignon de Toulouges. »*  
(R2)

Ce restaurateur évoque l'inégale notoriété dont jouissent l'oignon de Toulouges et l'oignon des Cévennes. Ce dernier est décrit en des termes laudatifs : il se distingue par son aspect attractif et homogène, par l'apposition d'un autocollant qui prouve l'appartenance à l'AOP et son goût : un plat avec cet oignon « est un régal ». Les atouts sont saisis à travers des perceptions gustatives et visuelles qui suggèrent la signification sensible donnée à l'oignon. Convaincu par ses atouts, il opte pour l'oignon des Cévennes quand il ne dispose plus d'oignons de Toulouges.

L'éloge de l'oignon des Cévennes s'inscrit dans une comparaison avec l'oignon de Toulouges. Elle lui permet de démontrer la médiatisation insuffisante, selon lui, de l'éco-type : « on n'en parle pas assez ». Le souhait est émis que davantage d'attention soit portée à son égard. Il revient immédiatement après l'extrait sur les qualités gustatives de l'oignon de Toulouges et sur la diversité de mets dans lesquels il pertinent de l'utiliser. Cela suggère l'attachement du locuteur à ce produit et le regret de constater sa moindre médiatisation.

---

<sup>136</sup> Entretien SC1, SC2, R1, R2, M8, M10, M29

L'oignon des Cévennes devient une AOC en 2003 puis une AOP en 2008 et est le premier oignon à être labellisé en Europe. Connu pour sa forme arrondie, sa couleur nacré et pour sa douceur, il est cultivé sur des terrasses en pierre sèche dans le sud du massif des Cévennes dans le département du Gard. Sa valorisation démarre à la fin des années 1980 tandis que l'agriculture cévenole rencontre des difficultés : la production de pomme reinette décline (Boutonnet *et al.*, 2008). Les terrasses se dégradent et empêchent toute mécanisation et intensification de la production. Cependant, voyant le succès croissant des produits de terroir, producteurs et acteurs locaux créent l'association des « Faïsses » en 1987 et la coopérative « Origine Cévennes » en 1990. Cette dernière organise la valorisation commerciale du produit et apporte du conseil technique aux agriculteurs (Druguet, 2007). Pour pallier la concurrence d'autres oignons doux et faire reconnaître la spécificité des pratiques culturelles et du cadre paysager, un projet d'AOC est lancé en 1996 et aboutit en 2003. De plus, dès 2006, le Parc National des Cévennes apporte son soutien aux initiatives en lien avec le terroir et le patrimoine : écomusées, fêtes, labels. La production d'oignons doux connaît un fort essor : 600 tonnes en 1991, 1600 en 2006 (Druguet, 2007) à 2600 en 2022 (Coopérative « Origine Cévennes », 2022). La coopérative compte actuellement 70 producteurs, en plus de la trentaine de producteurs indépendants (Druguet, 2007).

L'oignon a été documenté par la recherche (Druguet, 2007 ; Boutonnet *et al.*, 2008 ; Tekelioglu, Ilbert, Tozanli, 2009 ; Javelle et Tallon, 2016). La perception de cette culture y est très positive, en témoigne les propos d'Aurélié Druguet, auteure d'une thèse en anthropologie sur le lien entre paysage et construction territoriale dans les Cévennes :

*« Le modèle de l'oignon doux des Cévennes est un exemple remarquable de la réussite sociale et économique d'une production locale longtemps restée dans l'anonymat. Culture d'autoconsommation, il y a moins d'un demi-siècle, elle s'étend aujourd'hui sur plus de 55 ha et engage environ 150 exploitants. Elle a acquis, auprès de l'ensemble de la population gardoise, le statut de patrimoine alimentaire local, renommée se propageant progressivement aux départements voisins. » (Druguet, 2007)*

Les études soulignent les externalités positives de cette initiative : préservation des terrasses, développement du tourisme (Boutonnet *et al.*, 2008), maintien des savoir-faire.

Les IG font, dans ces discours, l'objet d'une représentation positive. Les productions qui en bénéficient sont des modèles à suivre. Pour celles dont ce n'est pas le cas et, notamment, l'oignon de Toulouges, une IG est souhaitée par de nombreux acteurs : elle apparaît même comme un des seuls moyens de protéger et de faire perdurer la variété<sup>137</sup>.

### **3 UNE AIRE DÉLIMITÉE**

Dans la définition de l'appellation d'origine (Pouzenc *et al.*, 2007) figure le rattachement à une aire délimitée, à un territoire. La mise en évidence de la signification territoriale accordée à l'oignon invite ainsi à considérer le sens donné à cette aire : comment est-elle délimitée ? Sa délimitation fait-elle consensus chez les enquêtés ? L'analyse des Zonages à dires d'acteurs (ZADA) montre que les acteurs sont unanimes pour rattacher la BBZ à Bamberg, ce qui n'est pas le cas pour l'oignon de Toulouges. Pour approfondir la compréhension du sens donné à l'aire de production des écotypes, j'analyserai, dans un second temps, les territoires qui suscitent une identité locale et un sentiment d'appartenance chez les acteurs : autrement dit, quel attachement les enquêtés témoignent-ils à l'égard du « pays catalan », du Roussillon, de la Franconie et de Bamberg ? Et en quoi cela éclaire-t-il le sens donné à l'aire de production des écotypes ?

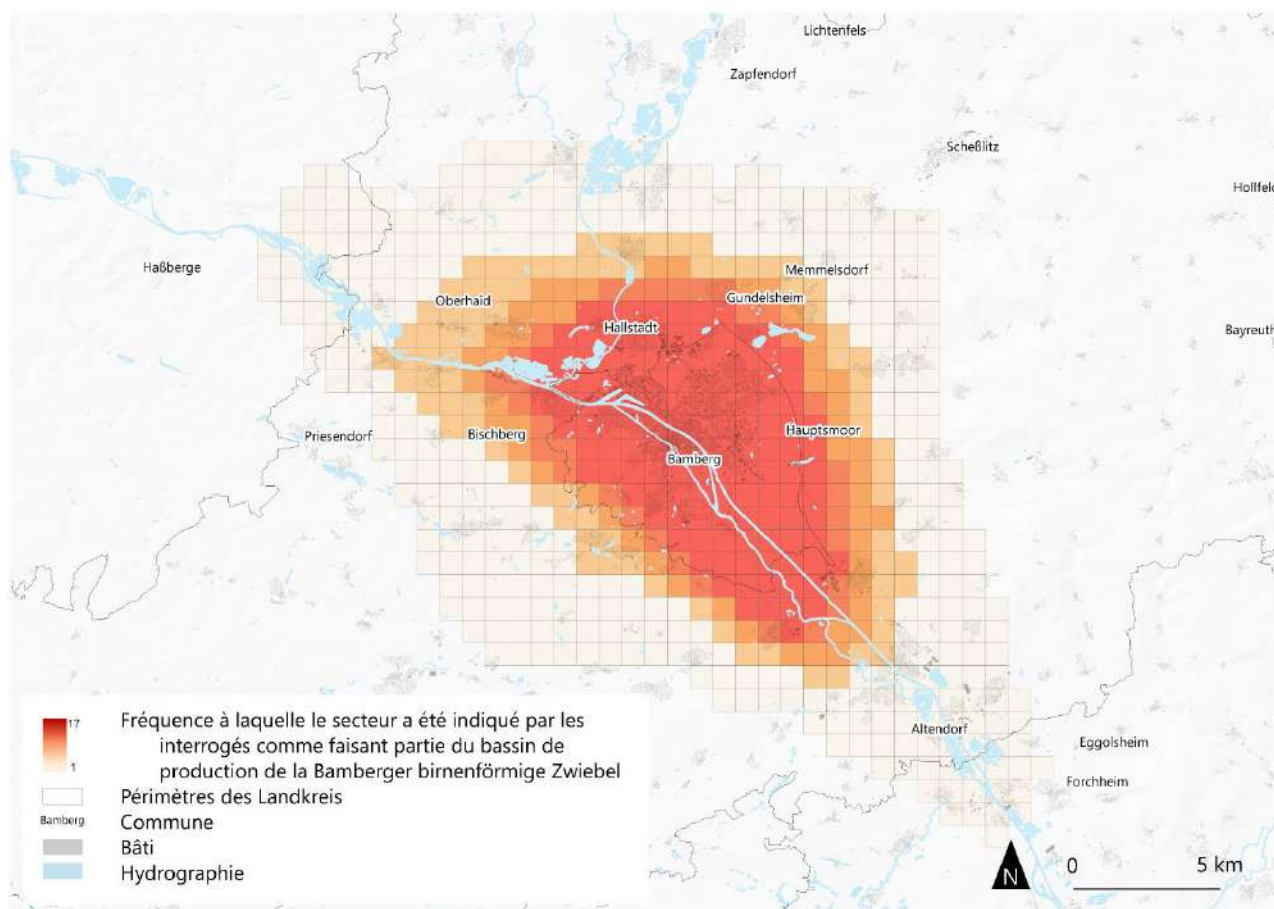
#### **3.1 UN RATTACHEMENT À BAMBERG QUI FAIT CONSENSUS**

Bien que n'étant pas formellement délimitée dans un cahier des charges, l'aire de production de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* fait l'objet d'un relatif consensus : la ville éponyme est d'emblée associée à la variété. Cette affirmation s'appuie sur l'analyse des ZADA réalisés durant les entretiens, lorsque les interrogés traçaient sur un fond de carte ce que signifiaient pour eux l'aire de production des écotypes locaux. La carte de synthèse construite à partir des tracés réalisés dans la région de Bamberg montre une aire centrée sur Bamberg.

---

<sup>137</sup> Entretiens SC1, SC2, M11, M30

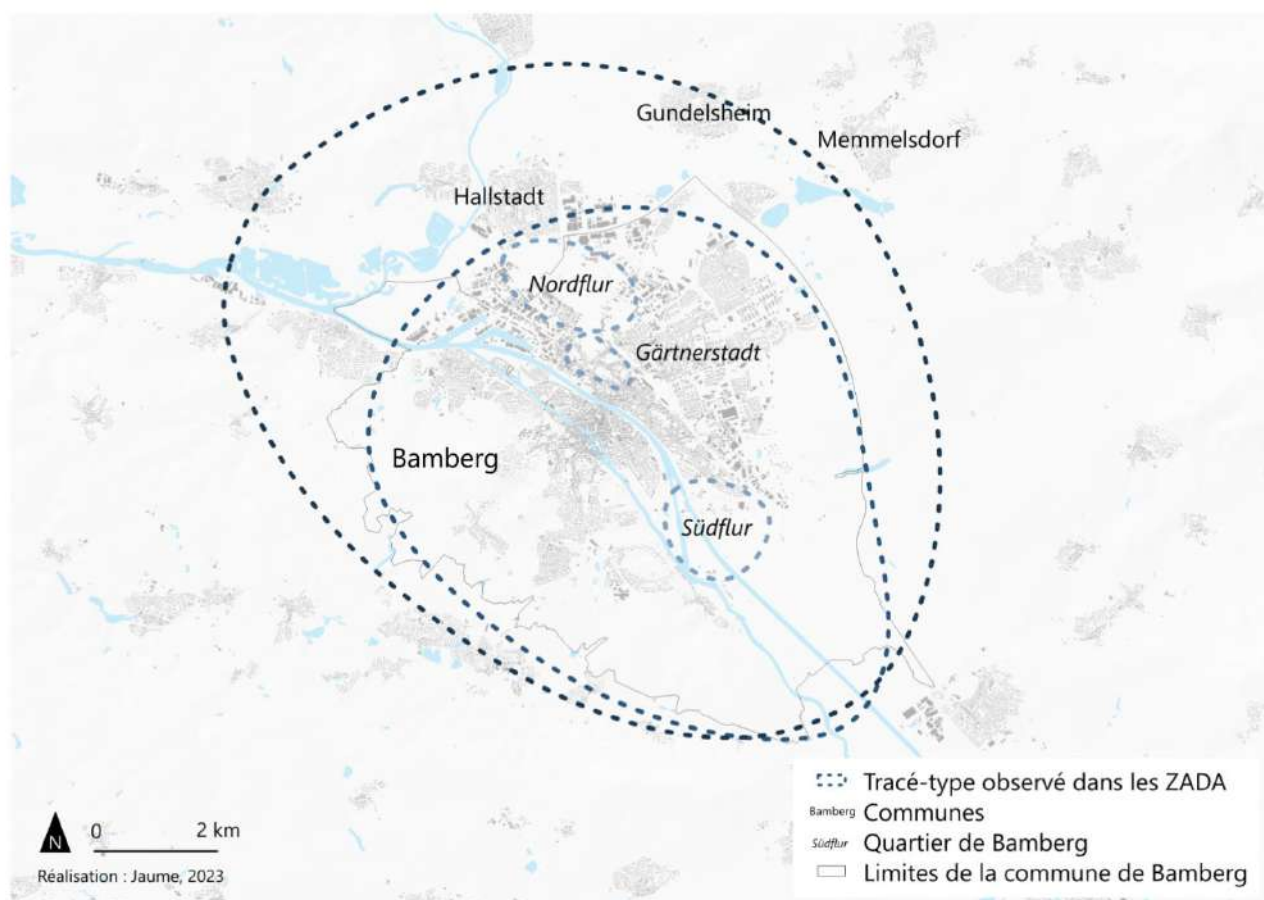
Figure 60 Synthèse des ZADA réalisés dans la région de Bamberg



Sur la base de 17 cartes  
Réalisation : Jaume, 2023

L'analyse des commentaires oraux faits pendant la réalisation des ZADA permet de mieux comprendre la signification des tracés. Des enquêtés souhaitent identifier Bamberg et entourent la ville d'un cercle. Ce n'est alors pas de la précision qui est recherchée mais davantage la mise en avant de la ville. D'autres définissent l'aire de production de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* en fonction de la localisation des terres maraîchères. Les tracés ont alors deux formes : soit, ils distinguent, avec précision, la *Gärtnerstadt*, *Nordflur* et *Südflur* (cf. Figure 61) ; soit, ils englobent Bamberg et les communes limitrophes d'Hallstadt et d'Oberhaid. Le tracé reprend, dans ce cas, celui de la cuvette au fond de laquelle est située Bamberg. Bamberg est donc identifiée, soit en tant que commune, soit pour ses terres maraîchères, soit pour l'ensemble géographique qu'elle forme.

Figure 61 Trois tracés-types observés dans les ZADA



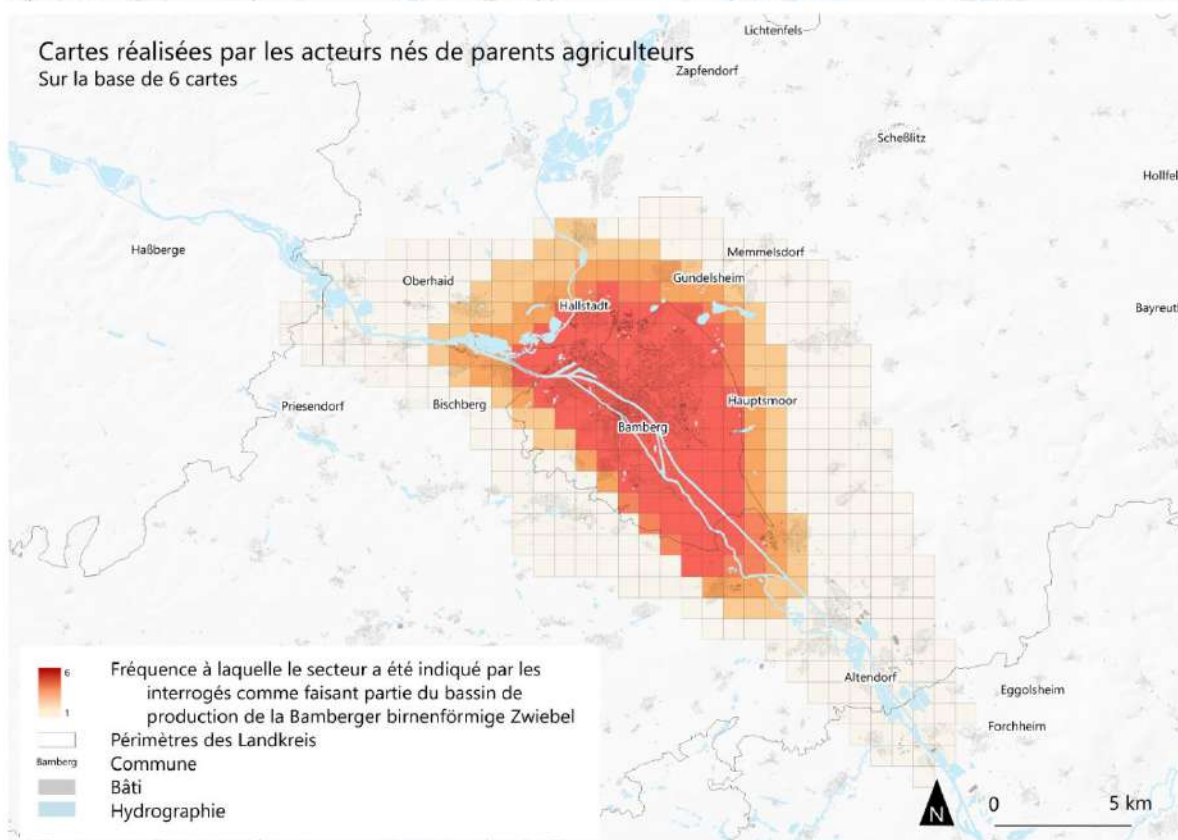
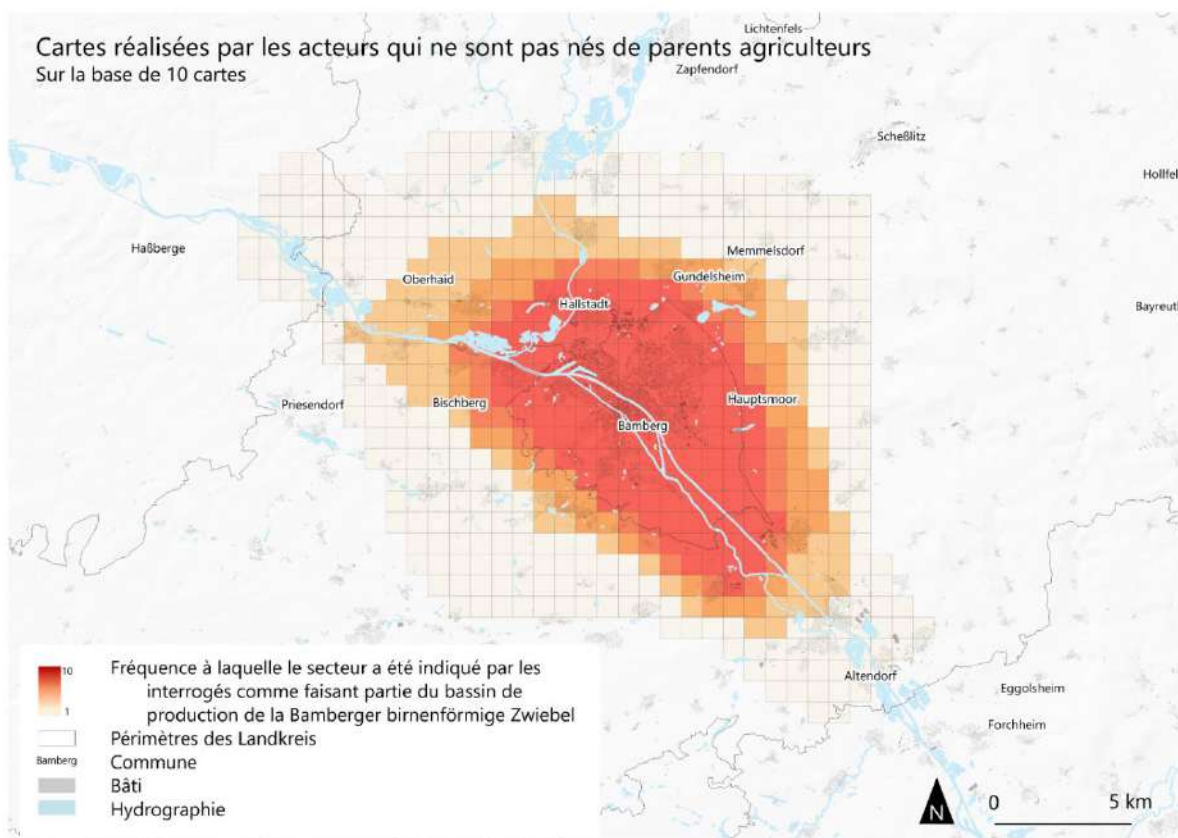
Les variations s'expliquent, en outre, par les conditions du tracé qui ne favorisent pas nécessairement un dessin très précis : le dessin est réalisé à main levée, parfois en plein air, où mon cahier sert de support. Le fond de carte est à une échelle réduite et s'étend d'est en ouest de Bayreuth à Kitzingen. Il s'agissait par-là de ne pas influencer l'interrogé en ne l'orientant pas vers un tracé centré sur Bamberg mais, cela compliquait l'identification d'une zone précise dans Bamberg. Le fait qu'en dépit de ce fond à petite échelle, Bamberg soit, tout de même, identifié souligne le consensus quant à la délimitation de l'aire de production de la BBZ.

La mise en perspective des cartes avec le profil socio-professionnel des interrogés confirme ce consensus. Les cartes réalisées par les acteurs de la filière de la BBZ et par ceux qui lui sont extérieurs ne sont pas significativement différentes. Elles montrent un même centrage sur Bamberg et des tracés ponctuels allant au-delà de la ville. La différence la plus marquée apparaît lorsque les cartes ont été réalisées par des acteurs d'origine agricole et non agricole. Pour les premiers, les tracés sont principalement centrés sur Bamberg tandis que les acteurs



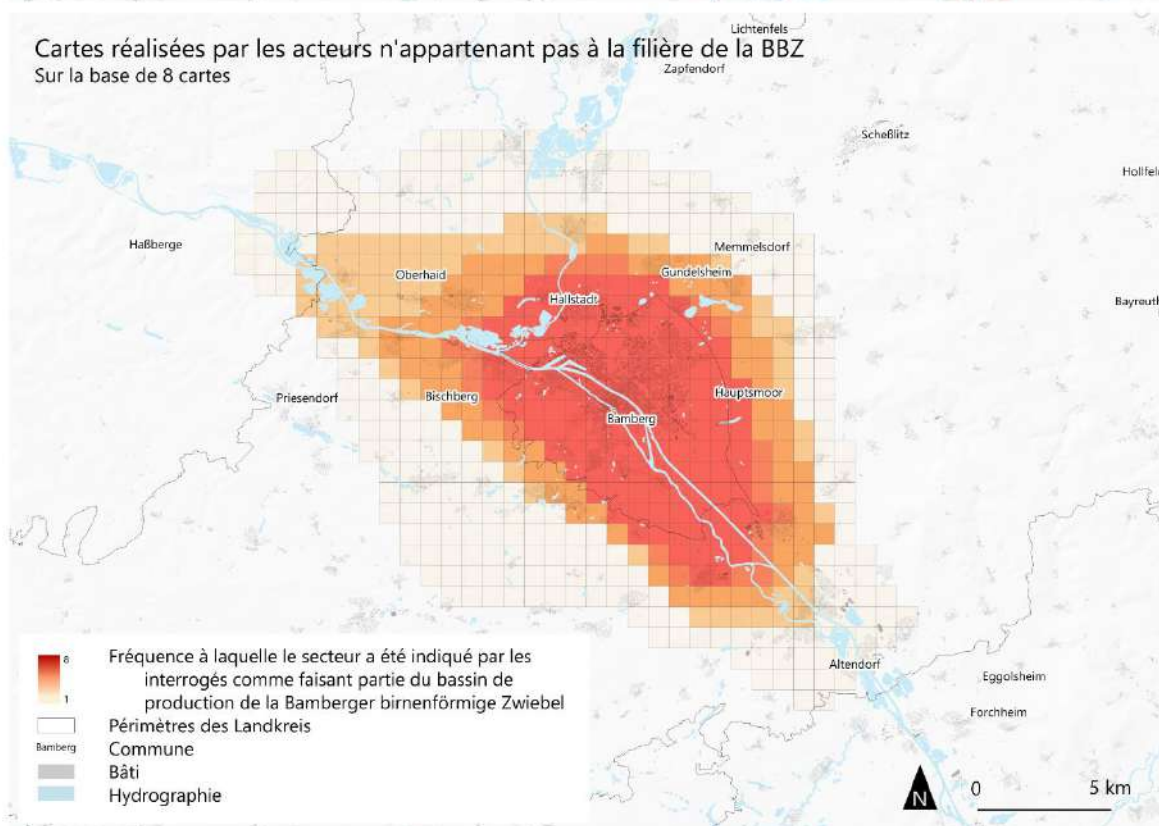
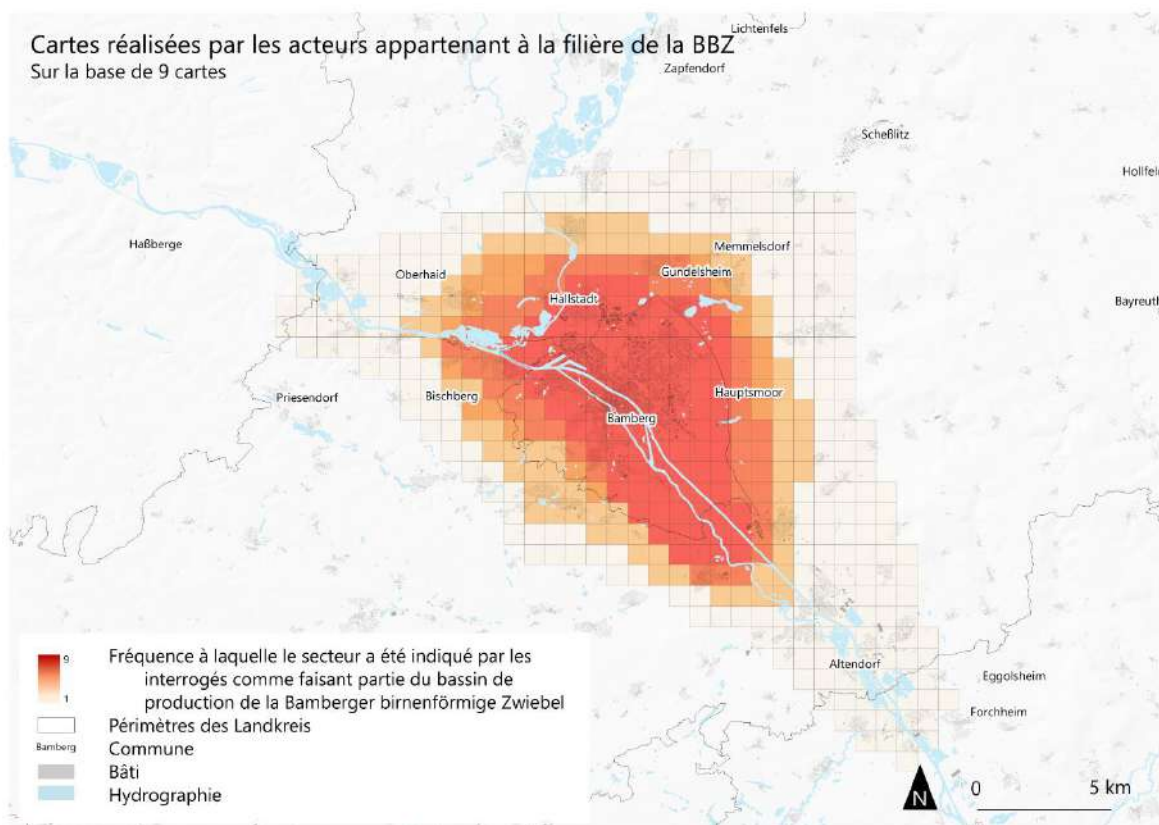
non agricoles ont davantage dessiné des aires plus larges. Cette différence peut se comprendre de deux manières. Parmi les six acteurs d'origine agricole, cinq sont des maraîchers bambergeois dont les exploitations appartiennent historiquement à leur famille. Il en résulte qu'ils connaissent précisément la localisation des terres maraîchères à Bamberg. Ils optent donc pour des aires plus restreintes voire distinguent les différentes zones de production maraîchère de la ville. À l'inverse, les acteurs non agricoles cherchaient souvent non pas à localiser précisément des parcelles mais à souligner le rattachement de la BBZ à Bamberg en général.

Figure 62 Différenciation des ZADA réalisés dans la région de Bamberg suivant l'origine sociale de l'acteur



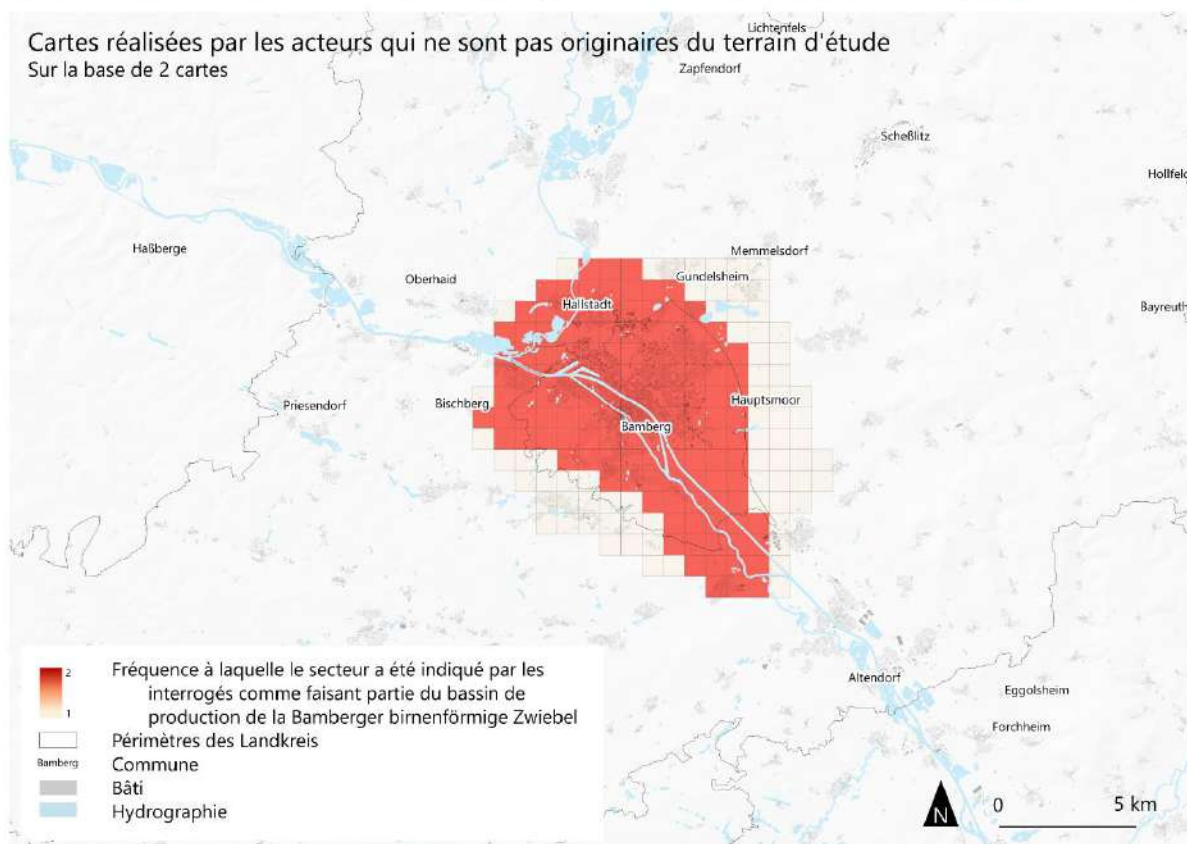
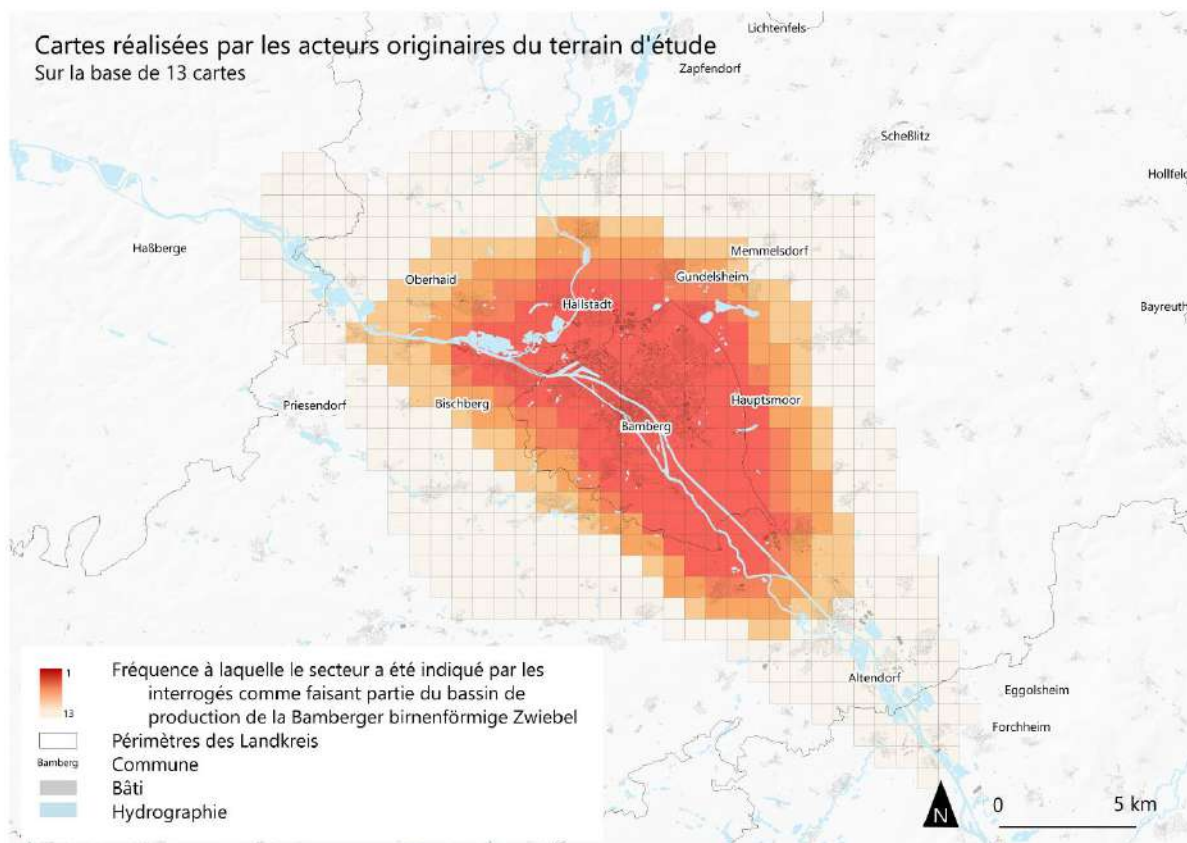
Réalisation : Jaume, 2023

Figure 63 Différenciation des ZADA réalisés dans la région de Bamberg suivant l'appartenance ou non à la filière de la BBZ



Sur la base de 8 cartes  
Réalisation : Jaume, 2023

Figure 64 Différenciation des ZADA réalisés dans la région de Bamberg suivant l'origine géographique de l'acteur



Réalisation : Jaume, 2023

Pour conclure, les ZADA réalisés dans la région de Bamberg présentent de fortes similarités, quel que soit le profil de l'enquêté. Par ses écotypes locaux et par son histoire maraîchère, la ville est le support d'une forte identité locale, ce qui permet de comprendre l'association unanime de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* à la ville dont elle porte le nom.

### **3.2 SENTIMENT D'APPARTENANCE ET IDENTITÉ LOCALE. PAYS CATALAN, PYRÉNÉES-ORIENTALES, BAMBERG ET FRANCONIE : DES MARQUEURS IDENTITAIRES**

Dans cette partie je décrypte comment les acteurs revendiquent leur appartenance à un territoire et à une identité locale afin de mieux comprendre le sens donné à l'oignon, aux écotypes locaux et à leur aire de production. Témoigner d'un attachement à un territoire irait, par là-même, dans le sens d'une signification territoriale accordée à la production d'oignons.

L'enquête montre que six territoires véhiculent un sentiment d'appartenance : Bamberg, la Haute-Franconie et la Franconie, d'une part, le Roussillon, les Pyrénées-Orientales et le pays catalan<sup>138</sup>, d'autre part. Quatre extraits d'entretiens sont analysés pour montrer comment s'exprime la sensibilité à ces espaces.

Les Pyrénées-Orientales sont citées 176 fois dans 36 entretiens. Elle est une échelle à laquelle se réfèrent de nombreux interrogés quand ils s'expriment de manière générale sur le maraîchage et sur l'agriculture locale. Au-delà d'être un cadre d'analyse, le département paraît un territoire approprié et vecteur d'identité pour les acteurs. Cela transparait dans la description élogieuse que fait ce chef gastronomique des Pyrénées-Orientales et, en particulier, de sa géographie et de son climat.

*« Nous, ici, dans les Pyrénées-Orientales, on a un amphithéâtre qui est merveilleusement placé d'est en ouest, comme ça... ensoleillé et avec toutes les températures, l'humidité, on a tout. Partout, dans tout le département. Vous avez vu comme on est : il y a l'entrée maritime à l'est et les montagnes à l'ouest. » (R2)*

L'enquêté met en avant le territoire des Pyrénées-Orientales qu'il considère comme un cadre optimal pour la production agricole. L'agriculture est, pour ainsi dire, une vocation. Le climat et le relief sont décrits sur un ton laudatif : les principales qualités du territoire résident dans

---

<sup>138</sup> L'expression « pays catalan » sera utilisée ici. Elle est préférée à celle de Catalogne qui peut créer une confusion avec la Communauté autonome espagnole. Le « pays catalan » conserve un flou qui permet de considérer le sens variable donné à cette entité par les acteurs et, notamment, l'inclusion ou non de la Catalogne espagnole.

son ensoleillement et sa diversité de températures et de reliefs, entre montagne et littoral. La métaphore architecturale de l'amphithéâtre fait apparaître le relief comme une construction rationnelle et parfaite : « merveilleusement placé ». Ce discours élogieux qui dépeint le département comme voué à accueillir de l'agriculture participe à mettre en avant les produits qui y sont cultivés et témoigne d'un sentiment d'appartenance à ce territoire.

Des enquêtés revendiquent explicitement leur appartenance au pays catalan et à l'identité catalane. Le témoignage de ce maraîcher gérant une exploitation depuis la fin des années 2010 est, sur ce point, représentatif. Après avoir indiqué son souhait de développer une indication géographique sur des « tomates catalanes » (M9) et une coopérative qui produirait des plants de légumes issus de « variétés catalanes » (M9), il dit :

*« Moi, je suis catalan pure souche, c'est important. Je revendique mes terres, mon pays. Y a aussi cette démarche de catalan militant. Le paradis, moi, c'est pas Tahiti, c'est Perpignan. » (M9)*

Le locuteur se revendique explicitement comme catalan : une prise de position soulignée par la prégnance de la première personne du singulier, par l'antéposition du « moi » et par l'explicitation de ce que signifie, pour lui, être catalan. Il s'agit, tout d'abord, d'un sentiment d'appartenance à un espace géographique, à « [s]es terres, [s]on pays » formé par le regroupement de la Catalogne espagnole et des Pyrénées-Orientales. Il souligne sa position en indiquant, sur le ton de l'humour, que Perpignan constitue son paradis. Être catalan est, de plus, associé à une lutte aux accents politiques, à une « démarche de catalan militant ». C'est dans cette optique qu'il dit défendre et cultiver des produits qu'ils qualifient de catalans tels que des *calçots*. Je lui demande alors si, d'après lui, les maraîchers du secteur revendiquent aussi l'identité catalane, il répond :

*« Moins maintenant, mais je pense quand même. Les nouveaux maraîchers, tu vois, c'est pas trop des ... des catalans pure souche. » (M9)*

La répétition de l'expression « catalans pure souche » suggère une identité considérée comme innée, donnée et définie de manière intransigeante. La revendication de l'identité catalane lui semble moins visible chez les « nouveaux maraîchers ». Ils correspondent vraisemblablement aux maraîchers arrivés de l'extérieur du département et non à ceux installés récemment, car le locuteur est lui-même installé depuis moins de cinq ans. Ce discours donne

à voir une revendication explicite de l'identité catalane : ce sentiment d'appartenance à un territoire permet de comprendre l'orientation vers la culture de *calçot*.

Sans être considéré comme l'objet d'un combat, le « pays catalan » s'est retrouvé dans d'autres discours de maraîchers qui ont dit s'orienter vers des variétés de légumes du fait de leur caractère catalan<sup>139</sup>. Il en est de même chez les restaurateurs interrogés. L'un d'eux cherche à proposer une « cuisine à consonance catalane » (R4). Il utilise, pour cela :

*« De l'ail, de l'oignon évidemment. Y a des pignons, y a des raisins secs, y a du persil haché, y a du rancio<sup>140</sup>. Voilà, tout ce qui est un peu à consonance catalane. Puisque tous ces ingrédients rentrent dans la composition de la cuisine catalane. » (R4)*

Après des études en école hôtelière dans le nord de la France, il revient dans les Pyrénées-Orientales où il a grandi. À son retour, son oncle lui « dit : il faut que tu fasses du catalan » (R4). Connaissant davantage « la cuisine au beurre et la crème fraîche ... qui est très bonne [rires] » (R4) et qu'il a découvert pendant ses études, il entreprend des recherches pour savoir ce à quoi correspond la « cuisine catalane » :

*« J'ai commencé à lire des livres de cuisine catalane, ceux de Mme Comelade. Voilà, j'ai puisé énormément dans le côté historique et recherche puisqu'Eliane a recherché toute sa vie et recueilli, classifié et les produits et les productions de la cuisine catalane. Donc ça, ça a vraiment été un grand soutien. Ça été... donc voilà comment j'ai découvert la cuisine catalane, je m'en inspirais » (R4)*

Il s'appuie sur les livres d'Eliane Comelade qui retracent l'histoire de la cuisine catalane. Il la rencontre. Ce rapprochement aboutit à l'organisation conjointe d'« ateliers de cuisine catalane » durant près de 25 ans.

La référence à la cuisine catalane révèle la signification territoriale accordée à son activité. Cette signification se manifeste d'autant plus lorsque le locuteur explique, pendant l'entretien, s'approvisionner, en partie, en légumes auprès de maraîchers locaux et participer à des

---

<sup>139</sup> Entretiens M4, M9, M19, M20, M24

<sup>140</sup> Vin obtenu suite à une oxydation, dont la production est très répandue dans les Pyrénées-Orientales et, plus précisément, dans la plaine du Roussillon.

actions de valorisation de l'agriculture locale. Au tout début de l'entretien, alors que je n'avais pas encore posé de question, il affirme :

*« Moi, je défends, bien sûr, tout ce qui est production locale. Les agriculteurs, depuis... vraiment, depuis de nombreuses années. Puisque j'ai commencé très tôt. Par exemple, dans les années 90... En 93, on travaillait la pomme de terre Béa du Roussillon. On avait fait déjà plus de 70 recettes avec une collaboration avec la Chambre d'Agriculture à l'époque. Ça s'était fait à Torreilles ou quelque chose comme ça. C'était un évènement. On présentait aussi beaucoup de recettes à base d'artichauts. Là, c'était en Salanque. La pomme de terre, c'était à Elne. Donc voilà, on a l'habitude aussi de travailler avec la Chambre d'Agriculture. Les abricots, en début de saison, on fait une sélection de variétés. Voilà, gustatives. » (R4)*

L'accent est mis sur l'ancienneté et la force de son engagement en faveur de l'agriculture locale. Par la précision de dates, l'amplification des indications de temps (« très tôt », « depuis de nombreuses années ») et l'adverbe « déjà », l'enquêté souligne la précocité de son action. Il cite des initiatives auxquelles il a participé : des évènements autour de légumes tels que l'artichaut, la création de l'AOP sur la pomme de terre Béa du Roussillon, le recueil de recettes locales et des études gustatives annuelles dans le cadre de l'AOP sur Abricot rouge du Roussillon. Quelques secondes après, il indique participer à des actions similaires pour la viande et conclut que cet engagement influe sur la cuisine qu'il propose dans son restaurant :

*« Je suis aussi toute la filière transhumancière donc, avec la rosée des Pyrénées, l'agneau catalan, anciennement connu sous son autre nom parce que j'ai aussi été un des premiers à collaborer avec les établissements X [un important charcutier implanté dans les Pyrénées-Orientales]. Donc, voilà, toute la filière agricole. [...] Tout ça font que ça fait un lien avec mon restaurant puisqu'on fait de la cuisine à consonance catalane. » (R4)*

Les actions telles qu'elles sont présentées partagent deux points communs. Elles sont en premier lieu localisées et circonscrites aux Pyrénées-Orientales, comme le montre la double référence à l'identité catalane et la citation de toponymes : Pyrénées-Orientales, les Pyrénées, les plaines de la Salanque et du Roussillon et les communes de Torreilles et d'Elne. Ses actions sont, en second lieu, collectives et fondées sur des partenariats, comme le montre la mention d'acteurs multiples : la Chambre d'Agriculture, les syndicats d'appellations d'origine, « la



filière transhumancière », une entreprise de transformation et les chefs restaurateurs, réunis dans l'association des Toques Blanches, sous-entendue par le « on ». Il résume en disant avoir un lien avec « toute la filière agricole ». Ses actions ont, selon lui, un lien avec ce qu'il propose dans son restaurant, en témoigne la dernière phrase de l'extrait qui a un air de conclusion : « tout ça font que ça fait un lien avec mon restaurant puisqu'on fait de la cuisine à consonance catalane ». Autrement dit, ses pratiques en dehors du restaurant et au sein du restaurant se veulent cohérentes et témoignent ensemble d'une forte signification accordée au territoire et à l'agriculture locale.

Ces deux acteurs se réfèrent à l'identité catalane, témoignant de l'importance qu'elle revêt pour eux. Le sens qu'il lui donne diffère cependant. Chez le restaurateur, le rattachement à l'identité catalane semble progressif, au fil de rencontres et d'interactions. Il n'est pas donné d'emblée ni un état de fait. Contrairement au maraîcher, l'identité catalane est un vecteur non pas de clivages ou de distinction mais de rapprochement.

De mêmes revendications identitaires se retrouvent sur le terrain allemand où Bamberg, la Haute-Franconie et la Franconie suscitent un sentiment d'appartenance chez les acteurs. L'enquête montre, tout d'abord, que Bamberg a une très forte empreinte dans les discours des acteurs. Outre le consensus autour du rattachement de la BBZ à la ville, le fait que la ville soit le support d'une forte identité locale se manifeste par sa mention à 598 reprises dans les entretiens. Elle dépasse, avec Toulouges, de loin, les autres toponymes. Cela tient, certes, au thème de l'étude sur le maraîchage et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* mais suggère aussi l'importance que revêt la ville pour les enquêtés.

La Haute-Franconie et la Franconie sont également des territoires dotés d'une forte signification identitaire pour les acteurs. La Haute-Franconie est, avec 49 mentions, le troisième toponyme le plus cité dans les entretiens menés dans la région de Bamberg. Cette fréquence de citation s'explique par le fait qu'elle est, en tant que district (*Regierungsbezirk*), le périmètre d'intervention d'institutions ou d'associations comme la *Genussregion Oberfranken*. Sa mention est, de plus, liée à sa signification identitaire. Elle correspond pour les interrogés à leur *Region*, à l'espace auquel ils se rattachent d'emblée. Lorsque je demande ce que signifie la *Region* à ce restaurateur et à ce maraîcher, tous deux mentionnent la Haute-Franconie.

« Moi : Que signifie la région pour vous ?

*A : Ce que cela signifie ? Mon pays [Heimat], c'est Bamberg, la Haute-Franconie, oui. » (R9)*

*« Moi : Qu'est-ce que la région pour vous ?*

*A : La Haute-Franconie. Chez nous, nous sommes en Haute-Franconie, aussi pour les légumes. Aussi, à Kitzingen. C'est aussi un territoire de production de légumes. Mais, sinon, il y a de l'arboriculture, des montagnes à vignes. Alors, ce n'est plus uniquement du maraîchage et, quand on pense à nous, on pense à la Haute-Franconie. Nuremberg, c'est en Moyenne-Franconie. La Moyenne-Franconie jusqu'à Forchheim. Même ici, c'est la Haute-Franconie. Oui, ici, c'est la Haute-Franconie, ce secteur. C'est la Haute-Franconie. Nous sommes anciens ici et le maraîchage est important chez nous, de notre point de vue. Notre travail, notre vie tourne autour de ça. » (M39)*

Ce restaurateur officiant dans le centre-ville de Bamberg et ce maraîcher installé à Bamberg et produisant de la BBZ considèrent la Haute-Franconie comme leur *Region*. Le premier précise qu'elle correspond aussi à Bamberg. Le second se réfère à six reprises à la Haute-Franconie. Il définit sa *Region* en localisant les zones de production maraîchère et cite, notamment, la ville de Kitzingen, autour de laquelle s'étend un important bassin maraîcher (Lfl, 2020). Il note cependant que, sur ce secteur, la production légumière compose avec de l'arboriculture et de la viticulture. L'association du maraîchage à la Haute-Franconie est conçue comme plus évidente. C'est ainsi que peut se comprendre la phrase « quand on pense à nous, on pense à la Haute-Franconie ». Le « nous » renvoie vraisemblablement aux maraîchers. Le lien entre Haute-Franconie et maraîchage est réaffirmé à la fin de l'extrait : il est jugé ancien et « important » (« *wichtig* »). Le maraîcher emploie la deuxième personne du pluriel pour décrire sa *Region* et s'exprime au nom des maraîchers de Haute-Franconie. Cela sous-entend que son point de vue et l'attachement à la Haute-Franconie sont partagés par ses pairs. Cet extrait témoigne de l'identité professionnelle au sein de la sphère maraîchère : cette identité est dotée d'une signification territoriale puisqu'elle s'inscrit dans un secteur défini géographiquement, dans une *Region*. Cette dernière ne correspond alors pas à Bamberg mais à la Haute-Franconie et à la Franconie qui consiste en le regroupement de la Haute, la Moyenne et la Basse-Franconie.

La référence à la Franconie invite à considérer l'importance que donnent les acteurs enquêtés à cette région culturelle qui, à la différence de Bamberg et de la Haute-Franconie, n'est pas un périmètre politico-administratif. Les restaurateurs rencontrés considèrent généralement leur cuisine comme typiques de Franconie :

*« [Notre restaurant] est de Franconie, c'est un restaurant traditionnel. C'est une cuisine traditionnelle de Franconie. [...] On dit Franconie parce que nous ne sommes pas de Bavière. Nous sommes en Bavière mais, Bamberg, Nuremberg, Cobourg, tout est en Franconie, c'est la Franconie. [rires] Et ce n'est pas le même accent. » (R11)*

Cette restauratrice d'une brasserie du centre-ville de Bamberg rattache sa cuisine à la Franconie et illustre cela par le fait que les *Zwiebelrostbraten* (rôtis de porc aux oignons) et *Bamberger Zwiebeln* (oignons farcis) sont des spécialités du restaurant. Elle emploie moins la première personne du singulier que le pronom « nous » (« *wir* ») et s'exprime donc au nom des Franconiens. Sa position paraît, dès lors, consensuelle et allant de soi. Elle décrit donc ce qu'est la Franconie, du point de vue des Franconiens : une région distincte de la Bavière, englobant les villes de « Bamberg, Nuremberg, Cobourg » et caractérisée par des spécialités culinaires (« une cuisine traditionnelle de Franconie ») et par un accent, dont la mention est affublée d'un rire.

La revendication d'une identité locale et le sentiment d'appartenance à un territoire figurent ainsi dans les entretiens. L'attachement ressenti par des enquêtés à Bamberg, à la Haute-Franconie, à la Franconie, aux Pyrénées-Orientales et au pays catalan permet de mieux comprendre leur discours et le sens qu'ils donnent à l'oignon, à son aire de production, à sa production et à sa consommation. La revendication d'une identité locale par un maraîcher ou un restaurateur va alors souvent de pair avec le choix d'écotypes locaux d'oignons et la préparation de spécialités locales. Associé à des territoires vecteurs d'identité locale, l'oignon revêt, en cela une signification territoriale.

## **4 UN LANGAGE PATRIMONIAL APPROPRIÉ**

Une dernière preuve de la signification territoriale accordée à l'oignon a trait à l'utilisation du langage patrimonial par les acteurs (cf. Figure 59). Si les extraits précédents le suggèrent, un

relevé quantifié des termes dans les entretiens retranscrits confirme l'importance prise par le langage patrimonial dans les discours (cf. Figure 65).

Figure 65 Le langage patrimonial, un lexique approprié

Français	Allemand	Nombre d'occurrences dans les entretiens		
		P.-O.	Bamberg	Total
Local, localisé, localement	<i>Lokal</i>	243	53	296
Région, régional	<i>Region, regional</i>	73	215	288
Histoire, historique, historiquement	<i>Geschichte, historisch, geschichtlich</i>	55	25	80
Protection (d'un patrimoine), protéger, protégé	<i>Schutz, schützen, geschützt</i>	43	35	78
Terroir		54		54
Tradition, traditionnel, traditionnellement	<i>Tradition, traditionell</i>	29	19	48
Patrimoine	<i>(Kultur)erbe</i>	9	34	43
Patrimoine mondial	<i>Welterbe</i>	0	26	26
Patrimoine culturel	<i>Kulturerbe, kulturelles Erbe,</i>	0	20	20
Patrimoine immatériel	<i>Immaterielles Kulturerbe</i>	4	7	11
Typique	<i>Typisch</i>	7	30	37
Héritage, hérité		8		8
Du pays	<i>Einheimisch, heim-</i>		7	7
Authenticité, authentique		4		4
Pays	<i>Heimat</i>		2	2

**Méthode :** Comptage effectué en décembre 2022 sur la base de 66 entretiens (46 dans les Pyrénées-Orientales et 20 à Bamberg). Recensement des occurrences des termes et/ou de leurs dérivés (verbes, adjectifs, adverbes) dans les entretiens intégralement retranscrits. Des termes sont spécifiques à la langue française ou allemande et ne sont donc visibles que dans une partie des entretiens. Pour les termes ayant un sens large ou pluriel, notamment "protection" et "historique", seuls ceux en lien avec un enjeu patrimonial dans le contexte d'énonciation ont été retenus. Mes interventions ne sont pas incluses dans le comptage.

**Elements d'analyse :** Le tableau montre l'appropriation du lexique patrimonial par les acteurs enquêtés, qu'ils soient maraîchers, pépiniéristes, restaurateurs, responsables d'associations ou de pouvoirs publics. Elle s'avère toutefois variable suivant les termes : ceux qui ont trait à la région et au local sont abondamment cités. Viennent ensuite, ceux qui relèvent de l'histoire, de la protection, du patrimoine, du Kulturerbe, du terroir et de la tradition.

**Abréviations :** P.-O. : Pyrénées-Orientales

Réalisation : Jaume, 2022

Illustrons ce relevé par des exemples. L'oignon de Toulouges a ainsi été qualifié de patrimoine par des enquêtés :

« *L'oignon rouge de Toulouges : bon, voilà, il vient de Toulouges. Il est rouge, on peut le reconnaître. [...] Il est baptisé et ça lui donne comme un patrimoine immatériel, c'est-à-dire ce qui est dans l'imaginaire ou dans les techniques, dans les savoir-faire culinaires.* » (M13)

Ce maraîcher utilise l'expression de l'UNESCO, « patrimoine immatériel », pour désigner la couleur, le nom et les pratiques agricoles et culinaires autour de l'oignon de Toulouges. L'utilisation du vocable de l'UNESCO par cet acteur peut s'expliquer par son expérience professionnelle, en tant que chargé de mission dans deux associations spécialisées dans les semences de variétés anciennes et locales. Il explique aussi durant l'entretien que ce type de variétés l'intéresse personnellement et fait état de lectures à ce sujet : cela a pu favoriser l'appropriation du langage patrimonial et du lexique de l'UNESCO.

D'autres termes ont été régulièrement cités.

*« Le birnenförmige est une variété qui est très répandue ici. Dans d'autres régions d'Allemagne, on utilise plus le rond, l'oignon de Stuttgart ou des oignons rouges. Mais le birnenförmige est une variété qui est vraiment de la région, c'est un oignon traditionnel qui est demandé. » (P8)*

Ce pépiniériste qui est le petit-fils de celui qui a inscrit l'oignon de Bamberg dans le catalogue allemand des variétés en 1955, souligne le caractère historique et local de ce produit en recourant au langage patrimonial : la BBZ est « traditionnelle » (« *traditionell* »), de la région (« *aus der Region* »). Il la distingue d'autres oignons utilisés dans le reste de l'Allemagne et qui semblent plus communs. Ils sont désignés par leur forme (« le rond ») ou par leur couleur (« des oignons rouges »). De même, malgré la mention d'une ville dans son nom, l'oignon de Stuttgart est moins un écotype local qu'une variété très répandue en maraîchage. Cela renforce, par contraste, la dimension patrimoniale et régionale de la BBZ. Par ailleurs, dans la suite de l'entretien, il insiste sur l'enjeu de transmission de l'écotype, rappelant les caractéristiques d'un *Kulturgut* (bien culturel) (cf. Partie 3, 4.2.1.1).

*« L'oignon, l'ail, la Bamberger Hörnla, la pomme de terre, le Bamberger Wirsing [chou frisé], ce sont les variétés locales typiques ici. C'est lié au fait que les Bambergeois avaient leur propre graine, ils la maintenaient et la multipliaient. C'est ce qui est spécifique ici. Le Bamberger birnenförmige Zwiebel. » (SC4)*

Pour décrire les légumes de Bamberg, ce responsable associatif emploie l'adjectif « spécifique » (« *spezifisch* ») et l'expression « variété locale typique » (« *typische lokale Sorte* ») qui correspondent au langage patrimonial. Le relevé quantifié et ces extraits illustrent, de ce fait, l'appropriation du langage patrimonial par les acteurs et la signification territoriale accordée à l'oignon.

## **5 CONCLUSION : UNE SIGNIFICATION TERRITORIALE ACCORDÉE À L'OIGNON**

Cette partie visait à considérer dans quelle mesure les acteurs accordaient une signification territoriale à l'oignon et à ses écotypes locaux. Suivant la définition que j'en ai proposée, témoigner d'une telle signification impliquait de mobiliser un langage patrimonial et

d'accorder une importance aux caractéristiques d'une appellation d'origine identifiées par Pouzenc et ses coauteurs. Je me suis, en particulier, intéressée au sens donné à la dénomination des produits, à leur aire de production et aux pratiques culinaires et culturelles qu'ils suscitent.

L'analyse des discours montrent que les éléments identifiés par Pouzenc préoccupent des acteurs et alimentent des discussions. Cela montre, en second lieu, que le langage patrimonial se retrouve dans les discours des acteurs. Il correspond, en cela, à la fois, à des catégories d'analyse mobilisées par la recherche et à des catégories d'action connues voire utilisées par les acteurs enquêtés (Fleury, 2008).

Par conséquent, la mise en évidence d'une signification territoriale accordée aux écotypes offre des pistes de réponse à la question qui constitue le fil directeur de la thèse : pourquoi les acteurs s'orientent-ils vers des écotypes locaux ? Comment comprendre ce choix ? Donner un tel sens à un écotype montre un lien et une sensibilité au produit, et engage à le produire, à le proposer sur son étal ou dans son catalogue ou à l'utiliser en cuisine, quand bien même cela suppose des coûts supplémentaires.

Le langage patrimonial n'est, en revanche, pas repris par tous les acteurs. De même, tous n'accordent pas la même importance aux éléments relevés par Pouzenc et ses coauteurs. La partie qui suit vise ainsi à porter un regard critique sur une lecture en termes de signification territoriale pour aborder les discours des enquêtés à propos de l'oignon, de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* et de l'oignon de Toulouges. En interrogeant le sens donné à l'oignon par ceux qui ne lui accordent pas de signification territoriale, je mets en évidence des frictions entre des attentes potentiellement contradictoires vis-à-vis de l'agriculture : entre préservation d'un patrimoine local et protection de l'environnement (Pouzenc *et al.*, 2007).

## **CHAPITRE 7 : LES LIMITES D'UNE SIGNIFICATION TERRITORIALE**

Ce chapitre défend la thèse que les acteurs impliqués directement ou indirectement dans la filière de l'oignon n'accordent pas tous une signification territoriale à l'oignon, en vue de mieux comprendre pourquoi tous ne produisent, ne cuisinent ou ne vendent des écotypes locaux.

Il s'inscrit en contrepied du chapitre précédent. Le but n'est pas de le contredire mais de nuancer le propos qui y a été tenu, en mettant en évidence les propos qui témoignent d'une moindre signification territoriale accordée à l'oignon.

Il se compose de trois parties. Je montre, dans un premier temps, que les enquêtés ne cherchent pas tous à défendre les écotypes locaux, leur caractère local et la spécificité des pratiques culturelles et culinaires qui sont déployées autour (cf. 1). Une deuxième partie interroge le sens donné à l'aire de production de l'oignon de Toulouges (cf. 2.1) et montre que, contrairement à la BBZ, l'écotype n'est pas relié à une aire consensuelle. Afin de mieux comprendre l'absence d'unanimité sur l'oignon de Toulouges, j'analyse les toponymes que les enquêtés citent dans leurs discours. Ce relevé souligne des territorialités fortement individualisées (cf. 2.2) et l'inégal attachement aux territoires supports d'une identité locale tels que le pays catalan (cf. 2.2.1). Dans ce contexte, le rattachement de l'oignon de Toulouges à un territoire commun ne va pas de soi.

Une dernière partie montre que dans la région de Bamberg comme dans les Pyrénées-Orientales, tous n'accordent pas la même importance au collectif et aux IG (cf. 3). Les entretiens suggèrent des tensions au sein de la profession maraîchère et des hésitations à s'engager dans des labels, des marques, des associations ou toute initiative qui mêleraient des acteurs agricoles et non agricoles autour d'un projet commun. Les initiatives sont envisagées avec pessimisme et donnent lieu à l'évocation d'échecs passés.

La conclusion donne lieu à une discussion sur le profil des acteurs qui accordent ou non une signification territoriale à l'oignon : est-il possible d'identifier des profils-types et comment les comprendre ?

## **1 UNE DÉFENSE DU PRODUIT QUI POSE QUESTION**

### **1.1 UN PRODUIT DÉFENDU PAR TOUS ?**

Pour Pouzenc et ses coauteurs, une appellation d'origine suppose la défense collective d'un produit. Or, l'engagement en faveur des écotypes de Toulouges et de Bamberg n'est pas si clair. Des acteurs rencontrés durant l'enquête ne défendent pas ces oignons, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'ils ne les connaissent pas ou qu'ils considèrent leur production comme trop réduites ou peu emblématique du secteur :

*« Pour moi, c'est pas emblématique des P.-O. [Pyrénées-Orientales]. Sincèrement, si tu me demandes, je te dis que l'oignon, c'est pas emblématique des P.-O. [Pyrénées-Orientales] ni de Toulouges. Mais l'oignon de Toulouges, tout le monde le connaît mais [...] j'pense que c'est produit ailleurs. » (M23)*

Ce maraîcher arrivé de la région lyonnaise dans les années 2010 estime avoir toujours connu l'oignon de Toulouges. Il est, d'après lui, produit ailleurs que dans les Pyrénées-Orientales et n'est donc pas « emblématique » du département. Dans la suite de l'échange, il indique que, quand il se rend dans la plaine du Roussillon, il ne voit que rarement des parcelles d'oignons : « vraiment, ça me saute pas aux yeux, l'oignon dans les Pyrénées-Orientales » (M23). Cela le conforte dans l'idée que l'oignon et, qui plus est, l'oignon de Toulouges sont peu emblématiques des Pyrénées-Orientales. Un enquêté, originaire du Jura et arrivé lui-aussi dans les années 2010 dit aussi avoir déjà entendu le nom d'oignon de Toulouges hors des Pyrénées-Orientales :

*« Moi, j'connaisais de nom l'oignon de Toulouges et, quand j'suis arrivé là, j'me suis rendu compte que Toulouges était ici et j'ai fait le rapprochement [...] J'en avais entendu parler. Je sais pas comment. » (CH2)*

Méconnaissant la ville de Toulouges, il ne savait pas d'où venait l'oignon éponyme. C'est en arrivant dans les Pyrénées-Orientales qu'il comprend. Dans ces deux témoignages, l'oignon n'est pas considéré comme emblématique des Pyrénées-Orientales et l'optique n'est pas de défendre de l'écotype local.

À Bamberg, des discours similaires sont tenus. Des acteurs et, notamment ceux n'étant pas originaires de la ville, méconnaissent la BBZ. Une maraîchère installée dans les environs de Forchheim décrit les oignons qu'elle cultive en indiquant qu'il s'agit d'un « oignon en forme de poire » (M35) acheté à un pépiniériste de Bamberg. Il s'agit probablement de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* mais la maraîchère dit : « j'achète les semences à Bamberg, à un pépiniériste mais je ne connais pas la variété. (M35) ». Cela révèle la notoriété de l'écotype au sein-même de ceux qui la cultivent et l'absence de rattachement unanime à l'origine bambergeoise.

Un maraîcher français arrivé à Bamberg en 2019 dit, lui-aussi, ne pas connaître l'oignon de la ville. Pour lui, c'est le niveau de conservation et de rendement qui influe sur son choix des variétés qu'ils cultivent. Tout en reconnaissant sa notoriété locale, il renonce ainsi à cultiver le



*Bamberger Wirsing*, un autre écotype local de chou frisé, du fait de résultats jugés peu probants.

« *Le Bamberger Wirsing, t'as dû en entendre parler. Moi, j'l'ai fait mais j'veux plus le faire en fait [rires] [...] j'l'ai fait parce que, dans le coin, pour m'intégrer, tu vois [rires] mais ça a une sale gueule. Ça part en cacahuète. Non mais p'têtre que je le réussis mal aussi.* » (M40)

Le choix initial de cultiver du *Bamberger Wirsing* est lié à la volonté de « s'intégrer ». Cultiver du Wirsing a, en d'autres termes une signification sociale et territoriale dans la mesure où elle est connue localement (« t'as dû en entendre parler ») et est vue par ce nouvel arrivant et néo-maraîcher comme un moyen de s'intégrer dans le bassin maraîcher bambergeois. La perception visuelle du chou ne s'accompagne toutefois pas d'un discours positif qui traduirait une signification sensible conférée à l'écotype. Il décrit en souriant et avec un registre familier l'apparence de sa récolte : « ça a une sale gueule. Ça part en cacahuète ». Malgré le caractère territorial de l'écotype, il arrête de le cultiver du fait des récoltes obtenues et, pour ainsi dire, de la moindre signification sensible donnée à ce produit.

Ces discours ne sont, par conséquent, pas orientés vers la défense d'écotypes locaux, qu'il s'agisse de l'oignon de Toulouges, de la BBZ ou des autres écotypes de légumes bambergeois. Des acteurs méconnaissent ces produits ou remettent en cause leur caractère local et emblématique. Le langage patrimonial est moins utilisé pour les qualifier. Cela interroge sur la reconnaissance de leur valeur patrimoniale et montre que tous n'accordent pas une signification territoriale à ces oignons.

## **1.2 UNE CULTURE SI SPÉCIFIQUE ?**

De même que tous ne défendent pas les écotypes, tous ne défendent pas la spécificité des pratiques culturelles et culinaires déployées autour.

### **1.2.1 Des pratiques culturelles**

Bien qu'ils prêtent attention à la date de plantation, les producteurs de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* indiquent, généralement, que la culture de l'écotype ne fait pas l'objet de pratiques propres. Ils le cultivent de la même manière que n'importe quel oignon. « En fait, ce que tu fais pour la *Bamberger Zwiebel* est à peu près pareil que pour les autres oignons. » (M36). Ce maraîcher illustre son propos en expliquant que, comme pour les autres

oignons, il arrose beaucoup au moment de la plantation et moins par la suite, il ramasse sa récolte mécaniquement, il est confronté aux mêmes maladies et insectes et effectue les mêmes traitements.

Dans les Pyrénées-Orientales, de nombreux producteurs ont indiqué cultiver l'oignon de Toulouges de la même manière que le reste de leurs oignons. Ce maraîcher dit, par exemple, ne rien faire de spécifique. Comme pour ses autres cultures et, entre autres, ses oignons blancs, il suit les principes du « maraîchage sur sol vivant » :

*« C'est le même principe de production : pose de mulch, régénération des sols au-dessus des racines par le couvert végétal, pose de mulch, sol toujours couvert et puis après, on plante à l'intérieur direct. » (M9)*

Le maraîchage sur sol vivant est un modèle de production apparu dans les années 2010, proche de l'agroécologie, de la permaculture et caractérisé par une attention portée au sol<sup>141</sup>. Les principes clés sont la diminution du travail du sol, c'est-à-dire un labour réduit ; et la couverture des sols par des engrais verts, des bâches, des plantes ou par du mulch. Le mulch évoqué par l'interrogé est une couverture végétale faite de matière organique et minérale qui fertilise le sol et limite l'enherbement. Le maraîcher y recourt pour toutes ses cultures de légumes : la plantation de l'oignon de Toulouges n'a donc pas de particularité.

L'absence de pratiques spécifiques n'est pas corrélée avec une arrivée récente sur le territoire, une date d'installation elle-aussi récente ou une production d'oignons de Toulouges réduite. Ainsi, un producteur produisant au sein d'une exploitation familiale un important volume d'oignons de Toulouges estime que « niveau cultural, ça change rien. C'est planté de la même façon, c'est tout pareil. » (M34) A l'inverse, une maraîchère installée à la fin des années 2010 après avoir quitté la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur met en place une pratique dotée d'une signification territoriale : la plantation de ses oignons de Toulouges autour de Noël, comme cela lui a été dit par une collègue<sup>142</sup>.

---

<sup>141</sup> Entretien M9

<sup>142</sup> Entretien M34

### 1.2.2 Des pratiques culinaires

Les pratiques culinaires autour des écotypes ne sont également pas toujours conçues comme spécifiques au territoire local.

Associer l'oignon de Toulouges à une salade de tomates apparaît comme une norme dans les Pyrénées-Orientales. Il n'en demeure pas moins que cette norme est, pour ainsi dire, transgressée par les acteurs, restaurateurs ou non, et que l'oignon de Toulouges est utilisé dans des préparations dont le caractère localisé et territorial n'est nullement revendiqué. Des chefs restaurateurs disent l'utiliser confit, en chutney, cuit, farci, rissolé, en pickle, en oignon jeune dans une préparation à base de vinaigre pour assurer sa conservation.

Plus largement, si l'on considère les pratiques culinaires et de consommation de l'ensemble des enquêtés, l'oignon de Toulouges est employé dans des salades de crudités, accompagnés de radis, de concombre, de pois-chiches, d'ail, de riz ou de thon mais aussi cuisiné dans des poêlées de légumes, des soupes ou des tartes, des pissaladières ou en le faisant cuire au four ou au barbecue. Ils utilisent ainsi l'oignon rouge dans des plats qu'ils cuisinaient auparavant et où ils utilisaient d'autres types d'oignons. Ces plats n'ont donc pas d'ancrage local mais témoignent d'une appropriation de l'écotype par les acteurs. Cette appropriation se manifeste par la description de la préparation de plats faits avec de l'oignon de Toulouges :

*« Moi, je le mange, en salade, cru. En salade, avec des tomates, c'est délicieux. Et, des fois le soir, je les fais à la poêle avec des légumes, c'est bon. Ou alors ce que je fais, les petits, on se les garde au congélateur dans des petits sachets et l'hiver quand je fais un rôti, tout ça. Je les partage en deux, les petits et vous pouvez pas savoir comme c'est bon. Il faut pas les décongeler, vous les enlevez du congélateur, vous les mettez dans la cocotte. Alors l'hiver, je prends des carottes, je les coupe comme ça, en longueur, comme ça. Je mets des oignons de Toulouges. Des fois, si j'ai une endive, je me fais une endive, je la fais blanchir la veille, je fais revenir mes carottes avec l'oignon et mon rôti. Je fais bien rôtir tout ça. Quand je vois que les carottes sont bien rôties, que l'oignon est blondi, déjà, je fais braiser mon endive que j'ai fait blanchir la veille, je la fais braiser. Je mets 100mL d'eau dans ma cocotte-minute et je ferme la cocotte-minute quelques minutes et tout le jus, si vous voulez, finit de vous faire cuire les carottes et ces oignons, vous pouvez pas savoir comme c'est bon. » (M30)*

Lorsque je demande à cette maraîchère comment elle mange de l'oignon de Toulouges, elle m'indique directement le manger « en salade, cru » « avec des tomates », ce qui correspond à la norme locale, précédemment évoquée. Elle propose cependant une alternative qu'elle prend le temps de décrire. La locutrice congèle de petits oignons et les reprend pendant l'hiver pour les faire cuire et rissoler. Elle les ajoute ensuite à des plats mijotés avec des carottes et, potentiellement, de la viande et des endives. L'avis sur cette recette personnelle est sans appel et répété deux fois : « vous pouvez pas savoir comme c'est bon ». Les différentes étapes minutieusement décrites avec un présent d'habitude et avec la première personne du singulier témoigne du caractère personnel de cette recette et d'un souci de la mettre en valeur dans le discours. Les sens sont mobilisés : le goût qui permet de juger de la réussite du plat, le toucher avec la sortie des oignons du congélateur, la coupe des légumes et la manipulation de la cocotte-minute, et la vue « quand [elle] voi[t] que les carottes sont bien rôties, que l'oignon est blondi ». Dans cette description, la maraîchère accorde une signification plus sensible que territoriale à l'oignon de Toulouges. Cette recette est une invention personnelle et n'est pas reliée à un territoire.

L'utilisation de l'oignon de Toulouges dans des recettes communes s'est, d'autant plus, observée chez les acteurs ne produisant pas d'oignons de Toulouges et/ou arrivés récemment dans les Pyrénées-Orientales. Ces deux agronomes arrivés dans les années 2010 expliquent :

*« A : Moi, j'ai surtout utilisé comme base pour mettre ensuite d'autres légumes avec. Mais, du coup, en le faisant frire et en rajoutant après du poivron, par exemple. »*

*B : L'année dernière, j'en avais beaucoup parce que j'en avais mis dans le jardin en plus. J'avais fait des pissaladières. Ah, là, t'en mets de l'oignon [rires]. » (CH2)*

Le second locuteur cultive de l'oignon de Toulouges dans son jardin et se souvient l'avoir utilisé dans des pissaladières, une spécialité italienne et niçoise. La première locutrice achète ponctuellement de l'oignon de Toulouges chez un épicier à Perpignan et l'utilise cuit, comme base dans une poêlée de légumes. Elle est nuancée sur la particularité gustative de l'écotype et ne confère pas à ses pratiques culinaires une signification territoriale.

Plus encore que l'oignon de Toulouges, la spécificité des pratiques culinaires autour de la BBZ et du goût de cette dernière a été très fréquemment questionnée durant les entretiens.

*« Il n'y a pas de recettes spéciales pour la Bamberger birnenförmige Zwiebel. [...] Ce ne sont pas des recettes spéciales pour la Bamberger birnenförmige Zwiebel mais pour l'ensemble des oignons. On peut l'utiliser, par exemple, dans des salades, des pizzas, dans les pancakes. Je pense qu'elle est bonne pour être utilisée dans les recettes qui sont faites pour le gros oignon mais il est petit. Crut ou cuit, les deux vont. » (PP1)*

Cette responsable d'un centre d'exposition à Bamberg détaille les possibilités de consommation de la BBZ, crue ou cuite, et insiste sur le fait qu'il ne s'agit pas de « recettes spéciales » à l'écotype. Ce sont des recettes où est habituellement utilisé le « gros oignon » (« *große Zwiebel* »). La BBZ peut se substituer à un gros oignon et n'est donc pas associée à des plats locaux ou spécifiques. Elle évoque, par la suite, l'édition de cartes postales par l'association *Sortengarten* et la publication d'un article dans le journal *Fränkische Tag* : tous deux présentent des recettes utilisant, certes, l'écotype mais qui, d'après elle, pourrait être remplacé par n'importe quel oignon.

L'absence de pratiques culinaires spécifiques est notée par la plupart des enquêtés et tient, entre autres, au fait que la BBZ n'est pas identifiée comme ayant une particularité gustative. Ce restaurateur bambergeois explique :

*« Le goût n'est pas vraiment original. [...] Je trouve que la birnenförmige Zwiebel n'est pas, au niveau du goût, très différente des autres oignons. Mais, oui, sa particularité vient de sa forme. On peut l'utiliser comme une échalote, dans une Rotweinschalotten. On peut utiliser, au lieu de l'échalote, une birnenförmige Zwiebel. Mais sinon, si l'oignon a plus de potentiel ? Pour moi, non. Quand c'est coupé, c'est pareil. » (R10)*

Bien que concédant la singularité de sa forme de poire, ce restaurateur bambergeois estime que la BBZ ne se distingue pas par son goût : « quand c'est coupé, c'est pareil ». Il reçoit ponctuellement de cet oignon d'un maraîcher de Bamberg et l'utilise de la même manière qu'une échalote ou que n'importe quel oignon. Il pourrait, par exemple, cuisiner avec de la BBZ un *Rotweinschalotten*, un plat où des échalotes sont cuites dans du vin rouge et servant d'accompagnement à de la viande rouge.

La BBZ n'est, de ce fait, pas associée à un goût et à des pratiques culinaires propres qui justifieraient son choix par des consommateurs ou par des restaurateurs. Par conséquent, sa moindre signification sensible affaiblit, d'autant plus, sa signification territoriale.

Au-delà de la BBZ, la cuisine et la consommation de l'oignon à Bamberg ont-elles une signification territoriale aux yeux des acteurs ? Dans la première partie, j'avais montré que la recette d'oignon farci à la viande hachée, appelée *Bamberger Zwiebel*, revêtait une signification territoriale. Toutefois, cette affirmation peut être discutée. En effet, quatre éléments invitent à relativiser la signification territoriale de ce plat. Deux enquêtés affirment, tout d'abord, qu'elle ne daterait que des années 1960. Une responsable du centre UNESCO de Bamberg explique : « dans les années 1960, il y avait un concours, un concours de cuisine et l'oignon a été proposé comme plat. » (PP1). Un représentant du Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois relate le même fait, tout en donnant des dates différentes et avec un ton plus moqueur :

*« C'est fake, c'est fake [rires]. En soi, la Bamberger Zwiebel, ce plat n'est pas ancien. Il a été inventé dans les années 1980 ou 1990 lors d'un concours. C'est une recette qui avait remporté un concours. [Rires] c'est un « absolut fake ». C'est repris pour la gastronomie et le tourisme. » (SC4)*

Ces deux acteurs extérieurs à la filière de l'oignon se réfèrent à un concours qui aurait eu lieu entre les années 1960 et 1990 et à l'occasion duquel aurait été inventé le plat. Le deuxième enquêté se moque du caractère faussement ancien du plat en répétant le mot « *fake* », faux en anglais, et en esquissant des rires. Dans son discours, la reprise de la recette « pour la gastronomie et le tourisme » paraît négative : la recette paraît instrumentalisée afin de construire une image de la cuisine bambergeoise auprès des touristes. Ces propos invitent à nuancer le caractère territorial et patrimonial de la *Bamberger Zwiebel*.

En deuxième lieu, la notoriété de l'oignon farci semble limitée à Bamberg : les cinq interrogés implantés dans les *Landkreise* de Forchheim, de Nuremberg et de Lichtenfels ne la connaissaient pas.

Du fait du temps de préparation nécessaire, l'oignon farci n'est, ensuite, présent que ponctuellement sur les cartes des restaurants bambergeois. Un chef de brasserie le met « une fois par mois » (R10) tandis qu'un autre reste flou :

« On le fait aussi mais pas tout le temps. [Rires] C'est une spécialité mais, c'est aussi beaucoup de travail. Ce n'est pas toujours sur la carte. Dans d'autres restaurants, [X, une brasserie du centre de Bamberg] par exemple, je crois qu'ils l'ont toujours sur la carte. » (R13)

L'enquêté ne nie pas que le plat est une spécialité locale (« *Spezialität* »). Il insiste, néanmoins, sur le travail nécessaire à la préparation de l'oignon farci qui a pour conséquence que sa préparation dans la brasserie demeure ponctuelle.

Enfin, l'oignon utilisé dans la recette n'a souvent rien de local. Il doit être gros pour faciliter l'extraction de sa chair et son remplissage de telle sorte que les restaurateurs plébiscitent un oignon de charcuterie « classique ». La plupart du temps, il n'est pas produit localement et est acheté en grande quantité auprès de grossistes. Ce maraîcher bambergeois en témoigne :

« [L'oignon farci,] ils le font dans des brasseries. Mais chez nous, chez les maraîchers de Bamberg, ce gros oignon n'est pas trop cultivé. Chez [X, une brasserie du centre de Bamberg], on parle de *Bamberger Zwiebel* mais l'oignon n'est pas trop cultivé ici. » (M39)

Le locuteur s'exprime au nom des maraîchers bambergeois et indique que l'oignon de gros calibre est peu cultivé par eux. Par voie de conséquence, l'oignon cuisiné dans les brasseries ne provient pas de leurs exploitations. Ce représentant du Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois partage la même position lorsque je lui demande si la variété d'oignon utilisé pour la *Bamberger Zwiebel* est locale :

« Non, pas du tout, pas du tout. C'est un oignon de cuisine de n'importe où, d'Italie ou d'ailleurs, un gros oignon de cuisine. » (SC4)

La répétition de la négation « pas du tout » (« *gar nicht* »), du terme « oignon de table » (« *Gemüsezwiebel* ») et la localisation vague de l'origine par « n'importe où » et par « d'Italie ou d'ailleurs » soulignent l'absence d'ancrage local de la variété et son caractère standard.

Il en résulte un paradoxe : à Bamberg, une recette, la *Bamberger Zwiebel*, et un écotype local d'oignon, la *Bamberger birnenförmige Zwiebel*, ont des noms quasiment similaires et revendiquent une même origine bambergeoise. Toutefois, l'écotype ne fait pas l'objet de recettes spécifiquement locales tandis qu'une recette d'oignon farci reconnue comme locale utilise un oignon qui ne l'est pas. Aussi, la valorisation de l'oignon farci et de la variété

mobilise-t-elle des acteurs différents : des agriculteurs pour la BBZ et des restaurateurs pour l'oignon farci. Chacun accorde, certes, à l'oignon une signification territoriale mais l'oignon considéré n'est pas le même ni ne prend le même sens : il s'agit d'un produit agricole pour les uns et d'un ingrédient ou d'un aliment pour les autres. Les acteurs qui participent aux deux initiatives sont alors extérieurs à la filière et sont des acteurs publics et associatifs : le Centre du patrimoine mondial de Bamberg, Slow Food et la *Genussregion Oberfranken*. Ces acteurs sont, certes, peu nombreux et mènent, avant tout, des actions de communications mais ils participent à renforcer l'identité sociale du micro-bassin de la BBZ.

Pour conclure, l'oignon et les deux écotypes sont associés à des pratiques culturelles et culinaires tantôt spécifiques et localisées, tantôt génériques. Ces pratiques montrent que les enquêtés n'accordent pas tous une signification territoriale aux écotypes ou, du moins, ne leur accordent qu'en partie.

### **1.3 UNE INÉGALE DÉFENSE DU PRODUIT LIÉE À UNE APPROCHE DIFFÉRENTE DE LA « GESTION DU MATÉRIEL VÉGÉTAL » (GARÇON, 2015)**

Si l'ensemble des acteurs ne défendent pas le produit, cela est lié, entre autres, à des conceptions différentes de la biodiversité cultivée et de la production légumière, qui ne met pas en avant des aspects régionaux, territoriaux et patrimoniaux. Bien que peu nombreux, des maraîchers et des responsables associatifs rencontrés à Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales n'ont pas abordé la production d'oignons sous un angle patrimonial voire critiquent la volonté de préserver en tant que tels des écotypes locaux. Le témoignage de ce maraîcher bio installé dans les Pyrénées-Orientales est, sur ce point, représentatif. Il décrit, en ces termes, sa manière de sélectionner les graines des légumes qu'ils cultivent :

*« C'est une sélection évolutive, en fait, une sélection évolutive et pas conservatrice stricto sensu. Donc, voilà, c'est une autre vision. [...] Faut accepter une certaine variabilité et le type de production peut influencer les variations. Si t'es en bio, tu peux avoir des évolutions. » (M13)*

L'interrogé oppose une vision « conservatrice » où l'enjeu est de préserver un écotype à tout prix ; à une vision « évolutive » qui serait présente en AB où l'écotype présente une variabilité, une hétérogénéité génétique et voit ses caractéristiques évoluer à chaque phase de



reproduction et de sélection : on parle alors de « variétés populations »<sup>143</sup> (Demeulenaere & Bonneuil, 2010). De cette manière, le maraîcher produit lui-même des graines de fèves, de navets, de tomates et souhaiterait amplifier cette activité semencière dans les années à venir.

*« A : Eh beh, au départ, on avait fait de l'oignon de Toulouges.*

*B : Jamais...*

*A : Si, si, tu t'en rappelles pas ? on a fait de l'oignon de Toulouges, y a très longtemps et ça a été une catastrophe. Parce qu'il monte de suite, il est pas de conservation. Il faut le manger. Donc, nous on cherchait quelque chose qui se conserve comme la patate, comme le poireau pour avoir quelque chose en hiver à se mettre sous la dent. Et donc y a quand même notre principe de base, c'est qu'il faut arriver à trouver des semences qui sont adaptées à notre climat un peu particulier que vous avez pu remarquer en arrivant...*

*B : c'est-à-dire, pas de soleil ...*

*A : Y a plusieurs critères. Déjà, on a des sols très pauvres, squelettiques avec pas de fond, qui se dessèchent à une vitesse folle. » (M19, M20)*

Ces deux maraîchers travaillant dans la même exploitation échangent sur leur culture passée de l'oignon de Toulouges et de la raison pour laquelle ils l'ont abandonnée. Au moment de leur installation dans les années 1980, ils viennent d'arriver dans le département et découvrent l'oignon de Toulouges. Ils tentent alors de le produire et rencontre des difficultés à obtenir des graines, à le cultiver sur leurs parcelles et à le conserver. Ils décrivent les spécificités de leurs parcelles : la situation en altitude et au fond d'une vallée encaissée qui limite l'ensoleillement et rend les hivers froids. Le sol y est « pauvre », caillouteux, drainant. C'est pourquoi ils recherchent d'autres variétés qui seraient plus adaptées à leur terrain et qu'après plusieurs essais, ils se tournent vers un autre oignon rouge, le Bronzé d'Amposta. Jugeant les résultats très bons, ils poursuivent jusqu'à aujourd'hui sa culture.

---

<sup>143</sup> Une variété population, aussi qualifiée de paysanne, de pays ou ferme est une variété qui présente une hétérogénéité et une variabilité génétique. Les individus qui la composent ont des génotypes variés. Une variété population ne répond donc pas aux critères DHS (Distinction, Homogénéité et Stabilité) (Kerveno, 2021 ; Demeulenaere & Bonneuil, 2010).

Une semencière des Pyrénées-Orientales partage le même point de vue : l'adaptation des variétés aux caractéristiques de ses parcelles est primordiale même si cela implique de ne pas produire d'écotypes locaux<sup>144</sup>.

*« J'ai choisi des carottes qui sont adaptées à la sécheresse et à l'altitude. C'est sec, c'est pas humide. Donc, je pense qu'on n'a pas les effets trop de gels et tout ça. C'est plutôt le sec chez moi. C'est un peu ça le défi, c'est sec. Du coup, les carottes, c'est un bon exemple parce qu'il m'a fallu plusieurs années pour en récolter une, deux, trois, dix et, maintenant, ça marche super bien. Mais il a fallu sélectionner ceux qui pouvaient survivre en sec. » (P3)*

La semencière insiste durant l'échange sur le sol très sec de ses parcelles. Sur les catalogues de semenciers bio, elle cherche donc des variétés capables de résister à la sécheresse et peu consommatrices d'eau. Elle illustre sa démarche en prenant l'exemple des carottes : ce n'est qu'au bout de plusieurs années de sélection qu'elle est parvenue à obtenir des carottes aux conditions pédoclimatiques de son exploitation.

*A fortiori*, si elle produit de la graine d'oignons de Toulouges, elle le justifie principalement par la résistance relative de la variété à sa parcelle et par la forte demande locale. Si ce n'était pas le cas, elle privilégierait une autre variété et ce, d'autant plus qu'elle obtient de nombreux oignons « qui sont ridicules, du coup, ça vaut même le coup de les manger [rires] » (P3).

Une autre enquêtée à Bamberg réalisant de la semence de légumes dans le cadre d'une association revient sur le choix des variétés qu'elles multiplient. Il y a, certes, les variétés emblématiques de Bamberg mais aussi des écotypes qui ne sont ni locaux ni identifiées comme variétés, au sens où ils seraient distincts, homogènes et stables (DHS). Au contraire, indique-t-elle recevoir des écotypes de sympathisants de l'association qui avait des légumes dans leur potager depuis longtemps et qui ont trouvé pertinents de lui envoyer pour qu'ils intègrent le jardin de l'association :

*« Soit ils sont âgés, soit ils ne veulent plus produire ou ne peuvent plus cultiver. Donc, ils nous apportent les graines et, donc, nous, on continue à les cultiver » (P3).*

---

<sup>144</sup> Entretiens M40, P2

Les écotypes sont nommés moins par leur lieu d'origine que par le nom de celui qui lui a envoyé.

*« Nous prenons le nom que les gens nous disent. Nous prenons les noms des familles. Par exemple pour la famille Rudolf, par exemple, ils nous ont donné un haricot rouge et un haricot noir. Ils nous les ont donnés. Et donc, on les a appelés « Rudolf Rotbraun » [le Marron-rouge de Rudolf] ou « Rudolf Schwarz » [le Noir de Rudolf].*

À leur réception, les légumes, n'étant pas associés à une variété fixée, n'ont pas nécessairement de nom. Pour les nommer, elle privilégie le nom de famille des donateurs plutôt que le lieu d'origine. Ce n'est, de ce fait, pas une dénomination territoriale qui prévaut : l'accent est mis sur le sens social de l'écotype plutôt que sur son caractère local. Le choix du nom de famille est un moyen de se remémorer le lien social suscité par le don de graines et témoigne de la forte signification sociale qu'a l'échange de graine pour la locutrice.

Ces enquêtés partagent plusieurs points communs : ils pratiquent l'Agriculture Biologique ou la soutiennent, ils recourent à des écotypes présentant une variabilité génétique, recherchent l'adaptation des plantes à leur parcelle et produisent, au moins, en partie, leurs propres graines. Cela met en évidence une approche spécifique de la biodiversité cultivée où le but n'est pas de conserver à tout prix un écotype du fait de son caractère local. Il s'agit plutôt de parvenir à des écotypes adaptés à ses parcelles et de conserver une variabilité génétique. Cela vient confirmer un fait déjà identifié par la recherche et apparaissant, notamment, dans deux publications.

Demeulenaere & Bonneuil (2010) distinguent effectivement ce qui relève d'une sélection conservatrice et d'une sélection adaptatrice (cf. Tableau 20).

Tableau 20 Sélection conservatrice et adaptatrice. Éléments de définition par Demeulenaere & Bonneuil (2010)

	Sélection conservatrice	Sélection adaptatrice
Vision de la variété	Vision fixiste : la variété comme patrimoine culturel et biologique.	Vision dynamique : la variété comme potentiel d'adaptation
Position par rapport à l'homogénéité génétique	Pureté	Mélange, hétérogénéité génétique

Relation au terroir d'origine	Cultiver les variétés anciennes et locales dans les terroirs. Lien plante-terroir-usage.	« Déplacer les variétés populations »
Place de l'homme dans la sélection	Rôle important des paysans, reconnaissance du travail des « anciens ».	Laisser faire la nature, l'accompagner
Grandeur dominante	Grandeur domestique. Grandeur civique (conservation de la diversité des variétés).	Grandeur inspirée. Grandeur civique (conservation et entretien de la diversité des populations ; affirmation et construction de l'autonomie des agriculteurs)
Points communs	Rejet de la grandeur industrielle et marchande. Conception holistique de la plante. Refus des approches réductionnistes du vivant, de l' <i>ubris</i> manipulatrice	
Source : Demeulenaere & Bonneuil, 2010 : 11		

Lucile Garçon fait une distinction similaire quand, dans sa thèse de géographie, elle propose une typologie des modes de « gestion du matériel végétal » (Garçon, 2015). Elle distingue :

- Le recours à un « matériel végétal préfabriqué » (*ibid.*), c'est-à-dire à des variétés productives, à haut rendement et produites de manière industrielle,
- La « conservation stricte de variétés » (*ibid.*) préexistantes,
- La « gestion dynamique de ce matériel végétal ouverte à la diversité » (*ibid.*).

Ces modèles se différencient par la « volonté ou non de maintenir une identité au cours de ce processus » de reproduction de la plante (Garçon, 2015 : 395), c'est-à-dire par le souci de conserver de mêmes caractéristiques. Les deux premiers modèles poursuivent cet objectif. Dans le premier, l'agriculteur ne participe pas à cette reproduction qui est déléguée à des entreprises spécialisées : il se concentre sur la production des plantes dont il reçoit les graines ou les plants. Dans le deuxième modèle, la mission de reproduction n'est pas déléguée. « Il ne s'agit [alors] pas de travailler à l'adaptation des plantes, mais plutôt de sauvegarder des variétés en voie de disparition, dont ils considèrent qu'elles sont déjà bien adaptées aux

terroirs où elles ont été identifiées » (Garçon, 2015 : 381). À l'inverse, dans le troisième modèle, les acteurs font « fi des enjeux de maintien d'une identité variétale » (Garçon, 2015 : 380) : l'enjeu n'est pas de préserver les traits d'une variété mais de sélectionner des spécimens suivant des critères tels que le goût, la résistance aux intempéries et aux maladies, le rendement ou l'adaptation à des conditions pédoclimatiques données. Le paradigme de la variété fondé sur les critères DHS et VAT est dépassé au profit d'une conception plus souple et fondée sur des variétés populations.

Les distinctions proposées par Demeulenaere, Bonneuil et Garçon éclairent ce qui a été observé lors de l'enquête et permet de comprendre pourquoi tous les acteurs ne défendent ni ne choisissent de cultiver les oignons de Toulouges et de Bamberg. Des agriculteurs en AB, notamment, présentent une conception alternative de la biodiversité cultivée qui fait prévaloir des variétés non hybrides, présentant une variabilité génétique et adaptées aux parcelles de culture. La priorité n'est donc pas de préserver des écotypes locaux, dotés d'une signification territoriale et d'une valeur patrimoniale. En d'autres termes, ceux qui partagent cette conception n'accordent pas de signification territoriale à la production d'oignons.

Plus spécifiquement, les écrits de Demeulenaere, Bonneuil et Garçon offrent chacun des pistes pour approfondir l'analyse.

D'une part, Demeulenaere et Bonneuil écrivent que ceux prônant une sélection adaptatrice et qualifiés de « mélangeurs » sont, pour partie, des « déracinés et néoruraux » (Demeulenaere & Bonneuil, 2010), c'est-à-dire qu'ils ne sont pas issus du milieu agricole, pas originaires du territoire et/ou opèrent une reconversion professionnelle. Ils ne cherchent alors pas à « s'ancr[er] dans un territoire dont ils se sentent étrangers » (Demeulenaere & Bonneuil, 2010) en recourant à des écotypes locaux : ils préfèrent affirmer leur « déracinement » et « bouleverser les usages » (*ibid.*) en plébiscitant les « variétés populations ».

Ces éléments permettent d'appréhender le profil des « mélangeurs » rencontrés durant l'enquête. En effet, bien que le projet de « bouleverser les usages » n'ait pas été exprimé, il est possible de noter que la sélection adaptatrice a surtout été évoquée par des acteurs installés depuis moins de dix ans en agriculture et n'étant ni issus du milieu agricole ni originaires des terrains d'étude.

D'autre part, Garçon explicite les motivations qui orientent vers tel ou tel mode de gestion du matériel végétal. Le premier modèle répond à un objectif de « performance

agronomique » ; et les deuxième et troisième modèle à un « principe de bioéthique » (Garçon, 2015 : 396) et à un « idéal d'autonomie » (*ibid.* : 396). L'enquête confirme ce point et montre que la volonté d'autonomie est particulièrement apparue dans les propos d'enquêtés défendant une sélection adaptatrice ou une « gestion dynamique [du] matériel végétal ouverte à la diversité » (*ibid.*). Il s'agissait de ne plus dépendre de groupes semenciers internationaux et de variétés hybrides en produisant ses propres graines<sup>145</sup>.

Ce maraîcher bio installé à la fin des années 2010 dans les Pyrénées-Orientales, déclare, par exemple, à propos de la production de graines sur son exploitation : « je viserai l'autonomie » (M16). Étant installé depuis peu, il estime ne pas encore avoir « la structure, l'infrastructure pour vraiment travailler plus sérieusement » (M16) et produire ses propres graines. Il poursuit cependant ce but à terme. D'ores-et-déjà, « le but du jeu, c'est de travailler sur l'adaptation au local et aux conditions climatiques » (M16). Pour pallier la sécheresse qui touche ses parcelles, il opte donc pour une variété d'oignons demandant peu d'eau et dit ne pas avoir envisagé l'option de l'oignon de Toulouges. Il prône, en ce sens, une sélection adaptative.

La quête d'autonomie au niveau de ses semences apparaît comme un principe qui dépasse le cadre de son activité professionnelle : « en amateur, je travaille beaucoup sur mes semences, des variétés comme ça, avec des petits jardiniers, des échanges, des échanges avec Kokopelli » (M16). En dehors de son temps de travail, le maraîcher s'informe sur les graines auprès de jardiniers amateurs et de l'association Kokopelli, spécialisée dans la distribution de graines reproductibles, biologiques et libres de droits. Il dit aussi avoir des contacts avec une association locale organisant des bourses de graines. Ainsi, les propos de ce maraîcher illustrent l'« idéal d'autonomie » évoqué par Garçon (2015) qui guide le mode de gestion du matériel végétal par un maraîcher.

L'enquête invite cependant à relativiser la séparation entre ceux qui défendent et cultivent les écotypes locaux et ceux qui privilégient des variétés populations ou adaptées aux parcelles. Il peut s'agir des mêmes personnes : des acteurs agricoles optent, à la fois, pour des variétés populations et pour des écotypes locaux. C'est une logique, à la fois, adaptatrice et conservatrice qui préside donc dans le choix des variétés qu'ils cultivent.

---

<sup>145</sup> Entretiens M5, M13, M14, M16, SC3, SC6, P3

*A fortiori*, les acteurs agricoles qui ont témoigné de l'intérêt pour une sélection adaptative sont certes principalement en AB : il serait, cependant, simpliste d'opposer frontalement les agricultures biologiques et conventionnelles suivant leur mode de sélection des variétés. Des maraîchers bio cultivent ou apprécient des écotypes locaux tandis que d'autres en conventionnel se montrent indifférents à leur égard.

Si les oignons de Toulouges et de Bamberg sont produits principalement en conventionnel et, plus ponctuellement, en bio, cela s'explique par cette conception alternative des variétés végétales chez les agriculteurs bio mais aussi par les difficultés d'accès aux semences et aux plants d'écotypes certifiés bio (cf. Chapitre 3, 2.4).

Le constat d'une production bio d'oignons de Toulouges et de Bamberg relativement réduite pose, en revanche, question au vu de l'expansion que connaît l'AB en France et en Allemagne et, plus spécifiquement, sur les deux terrains d'étude. Dans les Pyrénées-Orientales, régulièrement qualifiées de « département le plus bio de France » (Marion, 2020), 46% de la surface consacrée au maraîchage dispose du label en 2020, soit 286 exploitations (Interbio Occitanie, 2021). À Bamberg, les deux exploitations maraîchères bio sont, certes, en effectif plus réduit que dans les Pyrénées-Orientales mais sont soutenues par des mouvements associatifs tels que Slow Food et *Transition Bamberg*, un mouvement citoyen local qui promeut l'agriculture urbaine et respectueuse de l'environnement à travers des jardins partagés et une *Solawi*.

La dissociation entre bio et écotype local interroge dans la mesure où tous deux sont des moyens de valoriser une production agricole (Pouzenc *et al.*, 2007) mais qu'ils ne sont pas utilisés ensemble. La conclusion de cette partie donnera l'occasion de considérer comment cette dissociation est perçue par la recherche.

## **2 LES ÉCOTYPES LOCAUX, AU CŒUR D'UN TERRITOIRE RECONNU ET APPROPRIÉ PAR LES ACTEURS ?**

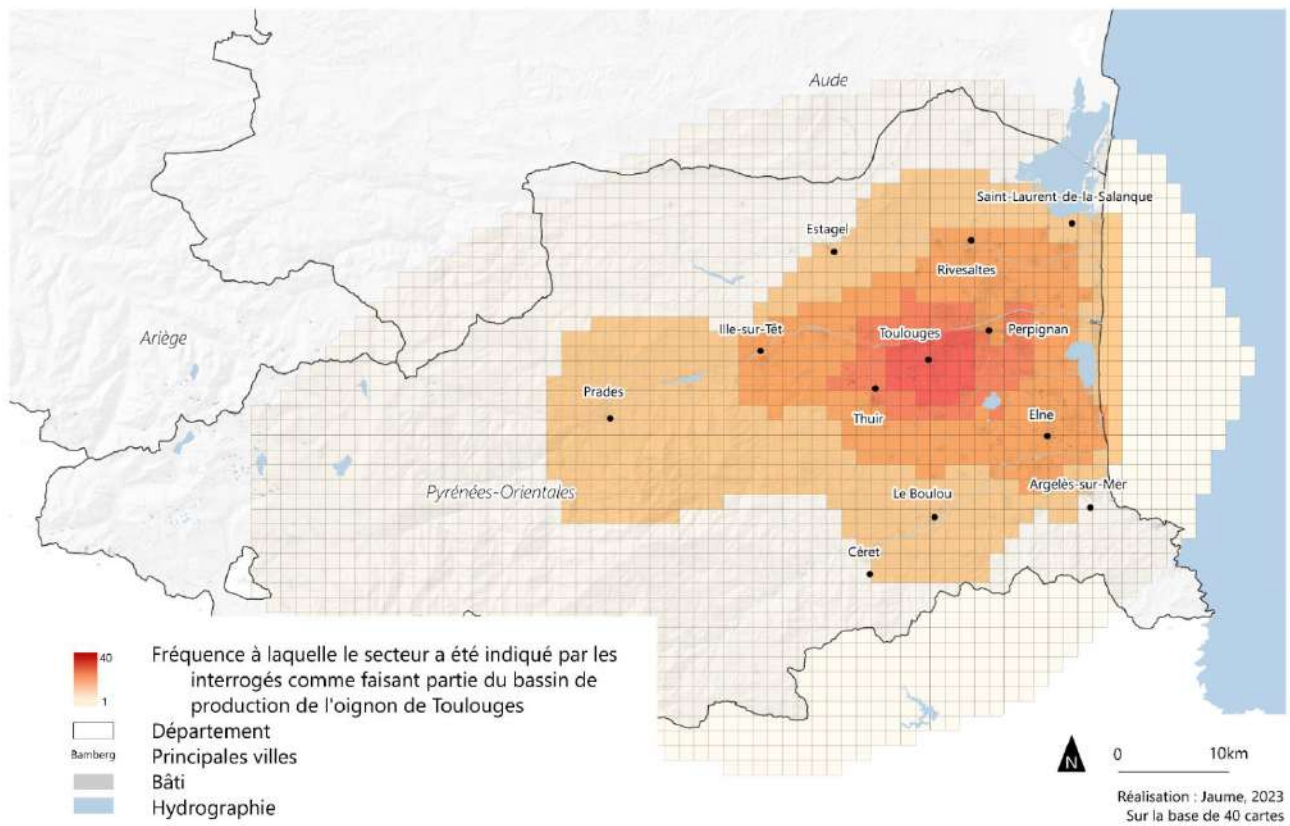
### **2.1 UNE REPRÉSENTATION PEU CONSENSUELLE DE L'AIRE DE PRODUCTION DE L'OIGNON DE TOULOUGES**

Accorder une signification territoriale à l'oignon se manifeste par le rattachement des écotypes à une aire délimitée géographiquement. Si l'aire de la *Bamberger birnenförmige*

*Zwiebel* fait consensus, celle de l'oignon de Toulouges l'est notablement moins. Tandis qu'à Bamberg, l'association de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* à Bamberg fait figure d'évidence, celle de l'oignon de Toulouges à sa ville éponyme ne l'est pas autant.

L'analyse des ZADA montre que l'oignon de Toulouges n'est pas inscrit dans une aire de production délimitée et reconnue unanimement.

Figure 66 Synthèse des ZADA réalisés dans les Pyrénées-Orientales



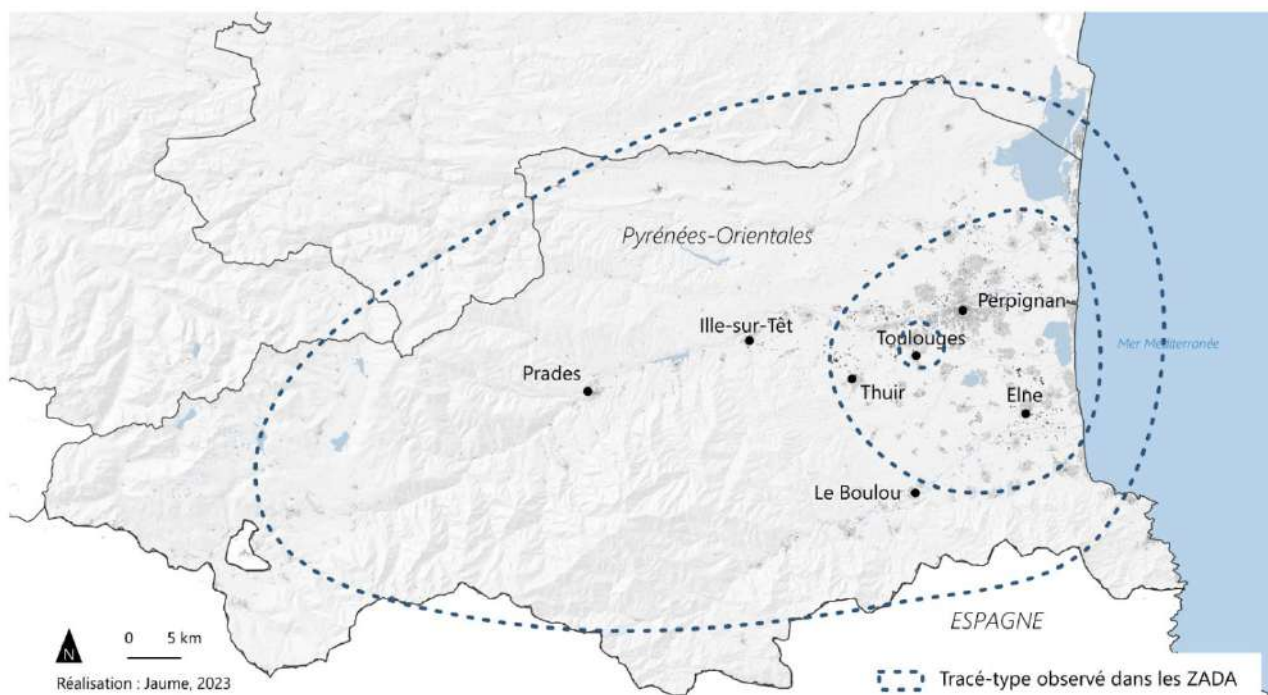
Les tracés réalisés dans le cadre des ZADA sont très différents les uns des autres. Trois zones-types sont circonscrites (cf. Figure 67) :

- Une zone restreinte centrée sur Toulouges, lorsque les interrogés estiment que seuls les oignons produits sur la commune dont il porte le nom sont « authentiques ». Ce tracé montre que le toponyme lié à l'écotype influe sur la représentation que se font du produit ;
- Une zone de taille intermédiaire, correspondant à la plaine du Roussillon autour de Perpignan ;



- Une zone s'étendant sur la quasi-totalité du département, englobant des parties montagneuses où le maraîchage se fait plus rare, et suggérant une conception plus souple de l'ancrage local de la variété.

Figure 67 Trois tracés-types observés dans les ZADA



Cette typologie et les discordances entre les acteurs soulignent l'absence de vision consensuelle de l'oignon de Toulouges et de l'espace auquel il renvoie.

La délimitation prenait différents sens suivant les acteurs. Elle était conçue de manière tantôt descriptive, tantôt prescriptive. Dans le premier cas, l'aire de production est représentée telle qu'elle apparaît aux yeux de l'interrogé : il désigne alors les espaces où des oignons rouges sont cultivés d'après lui. Dans le second, l'aire est représentée telle qu'elle devrait être. Cette maraîchère se réfère aux Indications Géographiques institutionnelles et conçoit son tracé comme le périmètre d'une potentielle Appellation d'Origine Protégée (AOP) :

*« Ah, bah, l'oignon de Toulouges, il est à Toulouges de toute manière. Si, après, tu p't-être agrandir à ... non mais j'réfléchis, tu peux p't-être prendre ça en compte. Ille, après, c'est une autre vallée. Ouais, t'as des conditions climatiques spéciales quand même. » (M15)*

La locutrice considère le lien de la variété à Toulouges comme une évidence : « il est à Toulouges de toute manière ». Elle réfléchit à des exceptions, à un élargissement de la zone

tracée en englobant la ville d'Ille-sur-Têt et la vallée de la Têt. L'évocation des AOP avant l'extrait et l'expression « tu peux p't-être agrandir » montrent que le périmètre tracé pourrait être celui de l'IG sur l'oignon de Toulouges si elle venait à être créée.

L'absence de définition consensuelle de l'aire de production de l'oignon de Toulouges est, en outre, amplifiée par l'incertitude dont témoignaient des enquêtés au moment de réaliser les cartes, ce qui pouvait se comprendre de plusieurs manières : l'étonnement de répondre à une question en dessinant sur une carte (Ramadier, 2017), l'absence de périmètre de référence de l'aire de production, autrement dit, de réponse unique à la question posée, ou l'incertitude voire le sentiment d'illégitimité au moment de répondre et ce, en raison d'une production ou d'une connaissance du produit jugées réduites.

*« Il faut voir les gens de Toulouges. Dans le département, y a deux ou trois producteurs d'oignons rouges de Toulouges. Y a celui de Canohès ou ... de Toulouges. Moi, je suis un producteur touristique. [...] Tout le monde en fait un peu. Mais, je suis pas un spécialiste. Il faut voir avec la Chambre. » (M18)*

Ce maraîcher produit de l'oignon de Toulouges depuis deux ans et s'estime, de fait, être un « producteur touristique ». Il hésite au moment de tracer l'aire de production de l'éco-type et m'invite plutôt à m'orienter vers « les gens de Toulouges », c'est-à-dire les maraîchers qui y sont implantés et qui produisent de l'oignon ; et vers la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales. D'emblée, l'éco-type est donc rattaché à la ville dont il porte le nom. Éloigné d'une vingtaine de kilomètres de Toulouges et considérant sa production comme trop récente et trop réduite, il semble ne pas se sentir légitime à tracer l'aire de production de l'éco-type.

*« Je peux pas te dire. Franchement, je ne peux pas te répondre. Parce que je ne sais pas combien de gens en font. [...] Moi, je suis trop jeune dans le secteur pour pouvoir répondre à des questions comme ça. [...] En plus, avant, j'étais dans le soin pendant quasiment toute ma carrière et je suis revenue ici. Enfin, je suis partie il y a vingt ans et je suis revenue ici, j'avais quarante ans. Donc, si tu veux, j'ai pas une très bonne lecture du département, au niveau maraîchage. » (M2)*

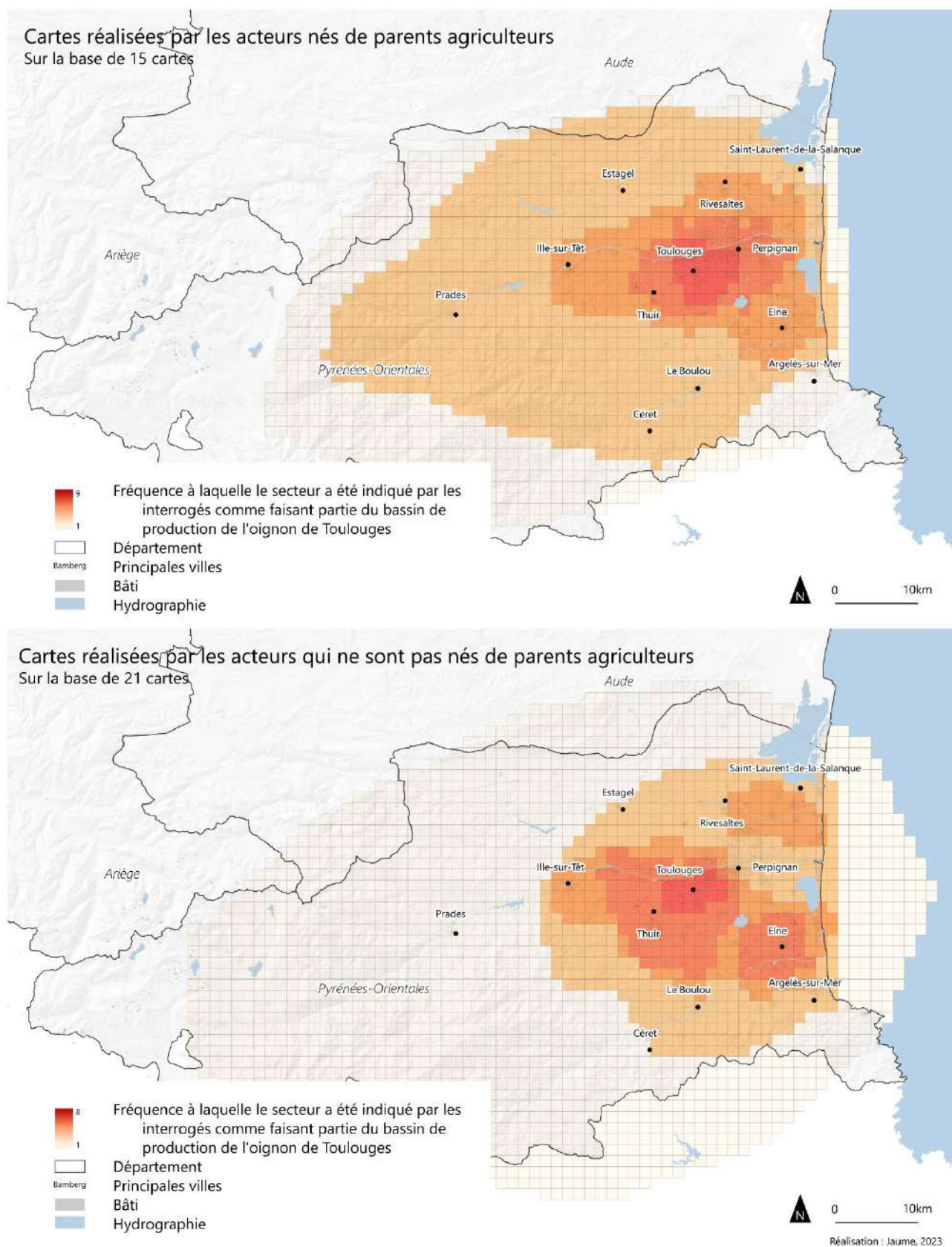
Cette maraîchère s'est installée en 2017 après une reconversion professionnelle. Originnaire de la région, elle la quitte pour travailler ailleurs puis y revient vingt ans plus tard pour reprendre l'exploitation de son père avec son mari. Elle s'engage immédiatement dans la culture de l'oignon de Toulouges. Cependant, du fait de peu de contacts avec d'autres

producteurs et de son installation récente, elle estime n'être pas des plus à-mêmes pour caractériser l'aire de production de l'oignon de Toulouges.

La mise en perspective des résultats avec le profil socio-professionnel des enquêtés confirme l'absence de vision collective et partagée de l'aire de production de l'oignon de Toulouges. Quatre variables sont envisagées pour approfondir l'analyse des ZADA et mieux comprendre leur hétérogénéité : le fait d'être né ou non de parents agriculteurs, le fait d'être originaire ou non des Pyrénées-Orientales, la distance entre le lieu d'activité de l'interrogé et Toulouges et l'appartenance ou non à la filière de l'oignon de Toulouges. Il s'agit de comparer les cartes obtenues suivant les profils de leurs auteurs et de repérer si des zonages plus homogènes émergent. L'analyse montre, finalement, que la déclinaison des cartes en fonction de ces variables ne révèle pas de zonages plus homogènes.

Qu'ils soient nés ou non de parents agriculteurs, les enquêtés tracent, à la fois, de très vastes zones et d'autres centrées sur Toulouges. Les dessins des fils et filles d'agriculteurs incluent toutefois, davantage Perpignan et la Plaine du Roussillon. Ils s'étendent plus à l'ouest du département, jusqu'à Prades mais tendent à exclure davantage la partie méridionale de la plaine du Roussillon autour de Céret et du Boulou. *A contrario*, les personnes dont les parents ne sont pas agriculteurs associent, en grande majorité, l'oignon de Toulouges à la Plaine du Roussillon : l'ouest de Prades n'est inclus que dans une seule carte, ce qui peut s'expliquer par le fait que son auteur est installé dans ce secteur. De plus, sur les cartes des personnes dont les parents ne sont pas agriculteurs, des zones ponctuelles ressortent, autour d'Elne et au sud de St-Laurent-de-la-Salanque. Cela est lié au fait que certains s'incluent dans l'aire qu'ils tracent ; et au fait que ces zones sont identifiées par les enquêtés comme des ensembles cohérents d'un point de vue pédoclimatiques et agricoles : la plaine de la Salanque et ses cultures d'artichauts et le bassin d'Elne, pôle important de la culture de légumes.

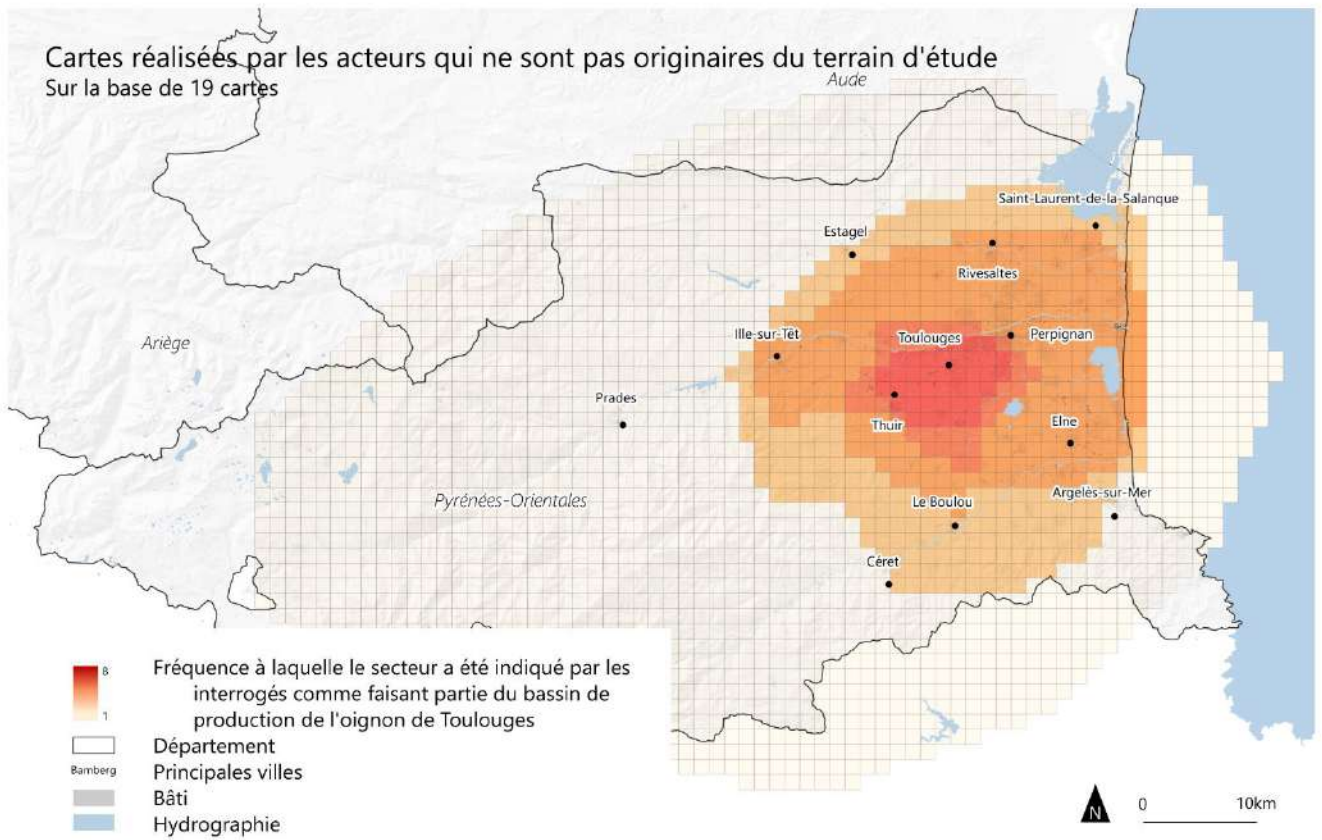
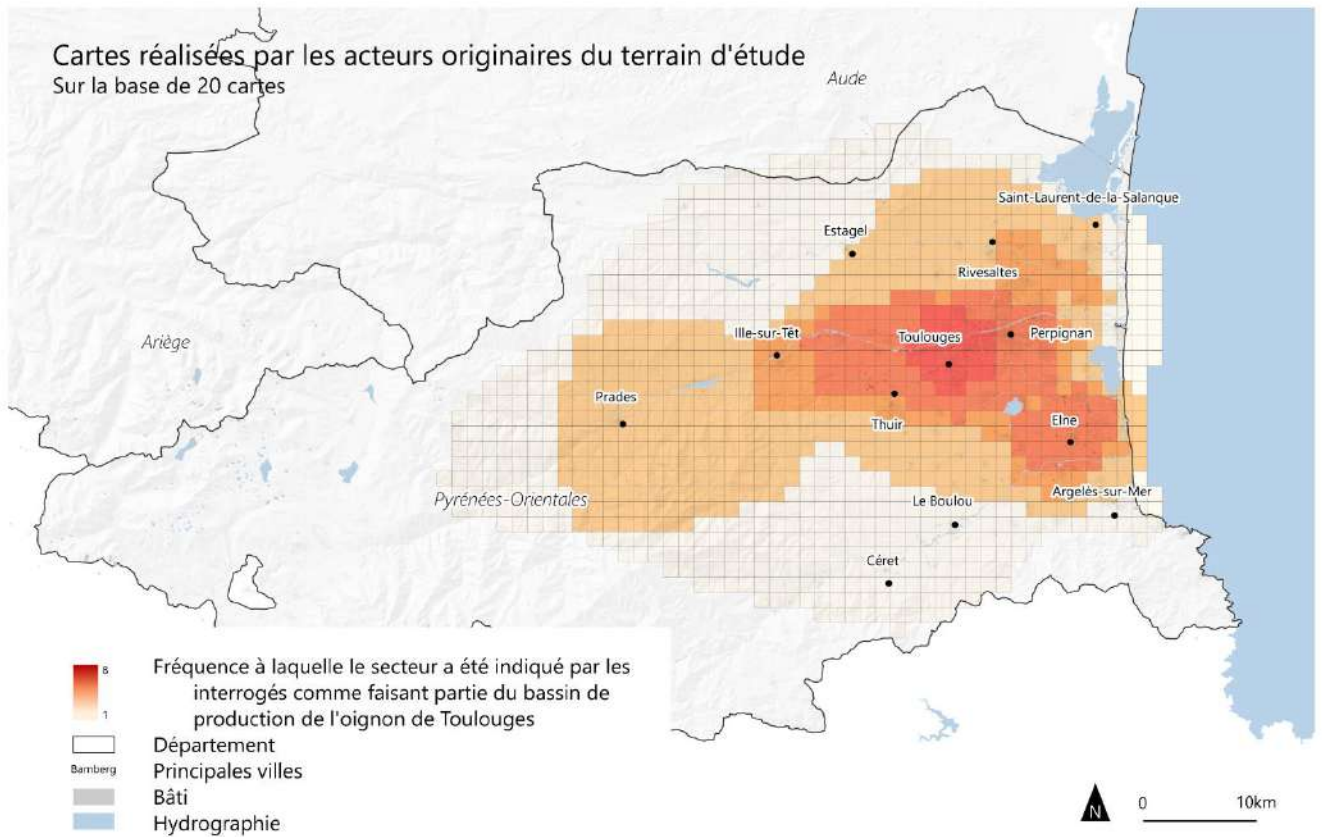
Figure 68 Différenciation des ZADA réalisés dans les Pyrénées-Orientales suivant l'origine sociale de l'acteur



Les cartes réalisées par les personnes originaires des Pyrénées-Orientales sont aussi hétérogènes que celles réalisées par les personnes qui n'en sont pas originaires. Elles montrent un centrage, tantôt, sur Toulouges, tantôt, sur la plaine du Roussillon. Elles présentent, néanmoins, quelques différences. Le tracé correspondant à la plaine du Roussillon est relativement plus fréquent chez les enquêtés n'étant pas originaires du département. À l'inverse, les périmètres tracés par ceux qui en sont originaires sont plus contrastés et plus complexes. Ils ne sont pas circulaires ou elliptiques et dépendent de l'inclusion ou non de certaines villes telles qu'Ille-sur-Têt, Rivesaltes, Prades ou St-Laurent-de-la-Salanque. Ces tracés plus complexes de l'aire de production peuvent s'expliquer par une connaissance accrue du département et de la production d'oignons de Toulouges ou par le fait que des interrogés sont des maraîchers produisant de l'oignon de Toulouges et s'incluent donc dans l'aire qu'ils tracent.

L'analyse des cartes suivant l'origine géographique et sociale de leurs auteurs montre qu'une aire de production relativement plus consensuelle apparaît chez les personnes qui ne sont pas d'origine agricole ou qui ne sont pas originaires des Pyrénées-Orientales. Ces dernières ont, pourtant, pour la plupart, dit ne pas connaître l'oignon de Toulouges avant leur déménagement dans le département. En revanche, les tracés sont plus hétérogènes chez les acteurs d'origine agricole et/ou originaires des Pyrénées-Orientales. Quand bien même le fait d'être originaire des Pyrénées-Orientales favorise la connaissance initiale de l'écotype voire un rapport individuel et familial à celui-ci, cela ne favorise pas une même représentation de l'aire de production de l'oignon de Toulouges.

Figure 69 Différenciation des ZADA réalisés dans les Pyrénées-Orientales suivant l'origine géographique de l'acteur



Réalisation : Jaume, 2023

L'origine agricole et géographique amène à considérer l'influence de la socialisation primaire sur la représentation de l'oignon de Toulouges. Pour ne pas restreindre l'analyse à des variables sur lesquelles l'individu n'a qu'une faible influence, distinguons les cartes en fonction du lieu d'activité des interrogés et de sa distance par rapport à Toulouges.

Les acteurs implantés à Toulouges ou à proximité tracent généralement un périmètre limité à la commune éponyme, suggérant une définition plus restrictive du produit. Pour ceux situés à une distance intermédiaire de cinq à vingt kilomètres, le centrage sur Toulouges est toujours visible avec, toutefois, des périmètres souvent plus vastes correspondant à la plaine du Roussillon et présentant des excroissances ou des discontinuités. Ces dernières visent à inclure des producteurs d'oignons rouges connus des enquêtés ou leur propre exploitation s'ils sont eux-mêmes des producteurs. Enfin, pour ceux localisés au-delà d'une certaine distance, dans le Conflent notamment, les tracés s'avèrent très contrastés. Ce sont eux qui tracent, en moyenne, les plus vastes zones et ce, pour deux raisons. En premier lieu, des interrogés jugent leur connaissance du produit trop faible pour définir une aire de production<sup>146</sup>. En second lieu, trois enquêtés avaient connaissance de parcelles d'oignons rouges situées dans la commune de Prats-Balaguer, à plus de 1000m d'altitude et les ont inclus dans leurs tracés. Ce pépiniériste affirme par exemple :

*« [L'oignon de Toulouges,] il peut être départemental. Y a pas de ...les gens qui sont sur la côte peuvent planter plus tôt. Disons que, sur le département, sur les 100km du département, on peut avoir quasiment trois zones de production. La plaine, le milieu, la zone d'Ille-Thuir, tout ça et après, vous pouvez avoir la montagne, ils viennent très bien en montagne en été, même ils viendraient presque mieux qu'ici. Parce que les conditions sont meilleures, il fait plus frais. »*  
(P2)

Le rattachement de l'oignon de Toulouges à l'ensemble du département, y compris aux zones de montagnes, est revendiqué par ce pépiniériste qui connaît un producteur d'oignons de Toulouges. Cela contraste fortement avec le reste des tracés, davantage centrés sur la plaine du Roussillon. Les espaces distants tels que le Conflent, autour de Prades (cf. Chapitre 2, 3.3.2), bien qu'accueillant une production ponctuelle de l'éco-type, sont rarement mentionnés et inclus dans les tracés par les acteurs situés plus à proximité de Toulouges. L'aire de production

---

<sup>146</sup> Entretiens M23, M20

objective n'est, en ce sens, pas celle perçue par les acteurs : l'éloignement est un vecteur d'invisibilisation d'une partie de la production d'oignons de Toulouges. Suivant leur implantation géographique, les interrogés se représentent différemment l'aire de production. Cette variable spatiale permet ainsi de mieux comprendre l'hétérogénéité des tracés.

Enfin, les cartes ont été comparées suivant que leurs auteurs appartiennent ou non à la filière de l'oignon de Toulouges. Cela équivaut à vingt-deux ZADA. À la question de savoir si les membres de la filière ont des représentations spatiales similaires, une réponse négative s'impose. Les périmètres tracés sont très hétérogènes : très larges, de taille intermédiaire ou très restreints, ce qui montre une absence de vision partagée de l'aire de production. Un travail collectif de définition de l'écotype n'a, par conséquent, pas eu lieu, y compris au sein de la filière, où chaque acteur se forge sa propre image du produit.

Les ZADA et leur étude au prisme de variables sociales et spatiales révèlent une absence de représentation consensuelle de l'aire de production de l'oignon de Toulouges. L'écotype n'est pas associé à un territoire délimité et reconnu collectivement, ce qui conduit à se demander s'il revêt véritablement une signification territoriale pour les acteurs.

L'hétérogénéité des tracés se comprend alors par l'absence de discussion collective autour de l'écotype. Le projet d'IGP des années 2000 n'était pas allé jusqu'à l'organisation de réunions de débat pour faire émerger une définition collective de l'écotype et définir le périmètre du label. Il s'était arrêté après un état des lieux de la production et une prise de contacts avec des producteurs<sup>147</sup>.

Dans ces conditions, dans leurs discours, les acteurs ne se réfèrent pas à un même territoire et mentionnent, chacun, des lieux et des espaces spécifiques.

## **2.2 UNE MULTITUDE DE TERRITORIALITÉS PLUTÔT QU'UN TERRITOIRE COLLECTIVEMENT APPROPRIÉ**

Pour analyser cela, je m'appuierai sur la cartographie des toponymes cités dans les entretiens et mobiliserai la notion de territorialité. Cette dernière désigne « l'assemblage de [...] territoires d'appartenance » (Buleon & Di Méo, 2005). À la différence du territoire, la territorialité est abstraite, subjective (Raffestin, 1986) mais a, comme lui, une « valeur

---

<sup>147</sup> Entretiens M11, SC2, C4



identitaire » (Di Méo, 1990). Par leurs discours, leurs déplacements, leurs activités, leurs fréquentations, les acteurs pratiquent et connaissent différents lieux et espaces. Ils « se situent toujours au cœur de territorialités et de temporalités multiples » (Buleon & Di Méo, 2005 : 32). Étant donné que la territorialité d'un acteur est saisie par la langue et les discours (Raffestin, 1986), mobiliser ce concept dans une démarche compréhensive fondée sur l'analyse des discours a une pertinence certaine. Des travaux ont, par ailleurs, montré que les projets en faveur d'une territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation tels que des IG étaient « créateurs de territorialités » (Moustier & Rieutort, 2018) (Hinnewinkel, 2007). La notion a ici été préférée à celle d'espace vécu. L'espace vécu se restreint en effet à « l'ensemble des lieux fréquentés - par l'individu - mais aussi des interrelations sociales qui s'y nouent et les valeurs psychologiques qui y sont projetées et perçues » (Frémont, 2015) tandis que la territorialité a un sens plus large et désigne les espaces fréquentés par un individu ainsi que ceux auxquels il se réfère (Di Méo, 1990).

Il s'agira donc de montrer en quoi les entretiens donnent à voir moins un territoire partagé par les acteurs que des territorialités multiples.

### **2.2.1 Des territoires supports d'une identité locale inégalement appropriée et défendue. Le cas du pays catalan, de Bamberg et de la Haute-Franconie**

La première preuve concerne le fait que les acteurs ne se réfèrent pas tous aux territoires qui sont, à première vue, supports d'une identité locale. La place de l'identité catalane dans les discours est, sur ce point, significative. La revendication de l'identité catalane et de l'appartenance au pays catalan se révèle rare : elle est davantage réfutée ou, en quelque sorte, tournée en dérision par les interrogés.

*« Le semis entre Noël et le premier de l'an, ouais, ça c'est un peu le truc catalan [rires]. Un peu traditionnel. Les croyances populaires ! [rires] » (P3)*

*« Donc, voilà, je pense que c'est notre mentalité qui fait qu'on arrive pas à développer ... tout dans la région, que ce soit le tourisme... la mentalité catalane est très fermée. Ils ont quand même une culture particulière. » (M2)*

La première locutrice est une pépiniériste qui produit de la graine d'oignon de Toulouges. Elle n'est pas originaire des Pyrénées-Orientales où elle arrive dans les années 2010. Elle découvre progressivement l'oignon de Toulouges et les pratiques pour multiplier sa semence et, en particulier, celle consistant à planter la graine entre Noël et le Nouvel An. Or, elle décrit

cette pratique, en souriant, comme « un peu le truc catalan ». Un « truc » désigne une façon d'agir, une astuce dans un registre familier. Ce ton légèrement moqueur suggère qu'elle ne se considère pas comme catalane.

La seconde locutrice se considère davantage comme catalane mais envisage cela avec un regard critique. Cette maraîchère originaire des Pyrénées-Orientales estime que la difficulté à faire émerger une dynamique de développement local tient à la mentalité catalane. Sa relation avec le groupe formé par les Catalans est ambivalente. Elle revendique cette mentalité du fait de l'emploi du déterminant possessif « notre ». Toutefois, après l'avoir qualifiée de « très fermée », elle prend ses distances. Elle utilise le pronom pluriel « ils » pour désigner les Catalans et concède : « ils ont quand même une culture particulière ». Dans ce discours, la représentation de l'identité catalane est négative et associée à une fermeture d'esprit.

Ces deux extraits sont représentatifs de la manière dont a été perçue l'identité catalane dans des entretiens. Cette dernière n'est pas nécessairement revendiquée par les interrogés. Elle est tournée en dérision ou critiquée et n'est pas perçue comme un atout ou une qualité qu'il convient de mettre en avant. Les interrogés n'accordent pas tous une valeur au pays catalan et ne témoignent pas d'un sentiment d'appartenance à cet espace. De plus, ceux qui s'y réfèrent ne donnent pas tous le même sens au pays catalan, en incluant ou non la Catalogne.

L'inégale référence à une identité locale et aux territoires correspondants s'observe également dans la région de Bamberg. La Haute-Franconie et la Franconie ne sont pas mentionnées dans respectivement sept et huit entretiens, sur un total de vingt entretiens. Cette absence de mention montre qu'elles ne sont pas des territoires auxquels l'ensemble des acteurs s'identifient.

Être originaire de Franconie, de Haute-Franconie et des Pyrénées-Orientales, n'est pas corrélé avec un attachement à ces territoires identitaires. Des acteurs récemment arrivés se réfèrent à ces territoires contrairement à d'autres qui y sont nés et qui ne les mentionnent pas.

### **2.2.2 La prévalence de l'échelon (micro)local dans les discours : une source d'identité et de différenciation entre les acteurs**

Les acteurs enquêtés ne revendiquent donc pas leur appartenance à des territoires, a priori, supports d'une identité locale mais se réfèrent à des lieux et à des espaces distincts, correspondant souvent à l'espace pratiqué quotidiennement par les acteurs. Une part

importante des toponymes cités renvoient ainsi à des lieux inscrits dans une échelle micro-locale ou communale (cf. Figure 23 et Figure 26). 85 des 226 communes des Pyrénées-Orientales ont été mentionnées quand bien même les entretiens ne prenaient place que dans 28 d'entre elles.

*« Mon père est de St-Estève donc à deux kilomètres [d'où est situé son exploitation] et mon grand-père de Villeneuve[-la-Rivière], donc à deux autres kilomètres. J'ai fait mon arbre généalogique pendant le Covid, jusqu'à 1650. Mais que ce soit mes racines paternelles et maternelles, on est dans un rayon de 50km et encore moins. » (M29)*

Ce maraîcher évoque ses origines familiales. Il indique, pour ce faire, les communes dont sont originaires son père et son grand-père et insiste sur le fait que la présence de sa famille dans ces villages est ancienne. Il souligne la proximité de ces villages, distants chacun de « deux kilomètres ». Le locuteur se réfère à ces communes à plusieurs reprises dans le reste de l'entretien, pour relater des souvenirs d'enfance comme la participation aux travaux agricoles sur l'exploitation de ses parents. De plus, le périmètre dans lequel sa famille réside depuis le XVII<sup>e</sup> siècle est relativement flou, s'étendant dans « un rayon de 50km et encore moins ». Ainsi, pour décrire là où lui et sa famille résident, sont originaires et travaillent, il ne mentionne pas les Pyrénées-Orientales ou le pays catalan mais se réfèrent à des communes.

*« Moi, sur Vinça, c'est moi qui, sans en faire beaucoup, c'est moi qui en fait le plus. À partir d'Ille, sur le Conflent, un peu...mais c'est plutôt vers en bas... Toulouges, Thuir. À la base, c'est Toulouges. Après, tout le monde en fait un peu. Moi, j'ai un copain qui est à St-Laurent et qui en fait... Tous en font un peu. Sur Elne, aussi, il doit s'en faire. Mais c'est sur le bas, quoi. De st-Laurent, jusqu'à Bompas. [...] Après, ça peut aller jusqu'à... Elne, oui, Elne. Oui, j'ai un copain à Bages, il en fait. » (M4)*

L'échelon communal est aussi prégnant dans le discours de ce maraîcher qui se réfère à sept communes quand il décrit l'aire de production de l'oignon de Toulouges et localise des producteurs : Elne, Vinça, Ille-sur-Têt, Toulouges, Thuir, Bages, Bompas, St-Laurent-de-la-Salanque.

Cela revient à ce qu'il se réfère au Conflent, une région historico-culturelle située au centre des Pyrénées-Orientales (cf. Chapitre 2, 3.3.2) qu'il distingue de la plaine du Roussillon désignée par « en bas » et, par conséquent, mise à distance.

Au-delà de cet entretien, la manière dont est évoqué le Conflent est révélatrice de territorialités distinctes chez les enquêtés. Tandis que ceux qui y sont implantés s'y réfèrent, témoignant d'un sentiment d'appartenance à cette région, ceux qui n'y sont pas implantés l'évoquent rarement, sinon avec distance ou incertitude. Les mots de cette maraîchère exerçant au nord de la plaine du Roussillon et réfléchissant à la délimitation qui pourrait être celle d'une AOP sur l'oignon de Toulouges en témoignent :

*« Et après, c'est qui s'passe sur le Conflent, Vinça, c'est quand même plus froid, Ille-sur-Têt, tout ça... peut-être [qu'une AOP sur l'oignon de Toulouges pourrait] aller là. Mais bon... après, pourquoi pas tout le département. » (M11)*

Intégrer le Conflent dans l'AOP est une potentialité mais cela lui semble difficilement concevable au vu des différences climatiques existants avec Toulouges et la plaine : « c'est quand même plus froid ». Les expressions « tout ça » pour désigner en deux mots le Conflent exprime une distance à l'égard du secteur. La dernière phrase accentue cela. « Après, pourquoi pas tout le département », se demande-t-elle. Cette phrase paraît teintée d'ironie : en quelque sorte, si le Conflent est intégré dans l'AOP, autant intégrer toutes les Pyrénées-Orientales, y compris la partie montagneuse à l'est, où la production d'oignons de Toulouges est très ponctuelle, si ce n'est inexistante.

Les discours sur le Conflent sont ainsi révélateurs de territorialités différentes : il est un espace auxquels des acteurs se rattachent et dont d'autres se sentent éloignés.

La prégnance d'une échelle micro-locale et le caractère individualisé des territorialités se retrouvent à Bamberg. La mention de communes de Franconie se double de références à des rues, à des places, à des lieux et à des quartiers de Bamberg (cf. Figure 26) si bien que la territorialité des acteurs se construit autour de références micro-locales.

Il est, en outre, intéressant de considérer les lieux et espaces auxquels se réfèrent les acteurs n'étant pas situés à Bamberg. La rencontre d'un pépiniériste et d'une maraîchère à Forchheim, d'une responsable associative à Ebensfeld et de trois acteurs officiant à Nuremberg permet de considérer des territorialités qui contrastent fortement avec celles des interrogés localisés à Bamberg. Les toponymes mentionnés et la représentation de leur *Region* (région) diffèrent

sensiblement. Cette maraîchère installée à proximité de Forchheim décrit ce que signifie, pour elle, sa *Region* :

« *Le Landkreis Forchheim, c'est notre région. La région de Forchheim. Et notre commune, c'est Pinzberg, c'est une partie. Mais notre région complète, c'est le Landkreis Forchheim.* » (M35)

La *Region* qui se caractérise par son caractère subjectif (cf. Partie 3, 4.2.1.3.2) correspond, d'après elle, au *Landkreis* de Forchheim. Ce dernier suscite un fort sentiment d'appartenance. Elle indique, en outre, se rendre rarement à Bamberg : elle n'y va « pas souvent. Pour faire les courses, nous allons à Forchheim, à Erlangen ou Nuremberg. Bamberg, moins. Erlangen est plus près. Erlangen est à seulement 15km. » (M35). Cette maraîchère se réfère moins à Bamberg qu'à Nuremberg, à Erlangen et aux districts de Moyenne-Franconie et de Basse-Bavière, du fait de leur proximité géographique et de leur fréquentation régulière.

Les six acteurs qui ne sont pas situés à Bamberg ont, de ce fait, des territorialités qui contrastent avec le reste des interrogés situés à Bamberg. Ils citent 22 toponymes qui n'ont pas été cités par les autres locuteurs et qui correspondent, en partie, à des communes ou à des localités dans les environs de Nuremberg et de Forchheim. Cet écart souligne le poids de Bamberg dans les représentations des acteurs qui y sont implantés mais invite à nuancer ce poids dès que les acteurs en sont éloignés. Les territorialités diffèrent, dans ce cas, fortement.

L'analyse des discours montre, de ce fait, des territorialités fortement individualisées et donnant une large place à l'échelon local et micro-local : l'attention se porte sur l'espace pratiqué au quotidien, dans le cadre professionnel ou extra-professionnel. Le terrain d'étude apparaît ainsi comme une mosaïque de lieux et d'espaces perçus comme différents et distants les uns des autres.

La prégnance de références micro-locales dans les discours et la multiplicité des territorialités peut s'expliquer par la charge de travail des acteurs qui les oblige à passer beaucoup de temps sur leur lieu d'activité et par les distance-temps relativement importantes et ressenties comme telles. L'importance des distances se manifeste par l'apparition à 62 reprises du mot « kilomètre » dans le corpus d'entretiens. Dans les Pyrénées-Orientales, les reliefs et la physionomie des routes font qu'il faut plus d'une heure pour traverser le terrain d'étude et aller de Conat à Argelès-sur-Mer, seulement éloignés de cinquante-cinq kilomètres à vol d'oiseau. Sur le terrain outre-Rhin, la proximité des agglomérations de Cobourg au nord, de

Bayreuth à l'est, de Wurtzbourg et de Schweinfurt à l'ouest et Erlangen et Nuremberg au sud fait que les enquêtés qui ne sont pas implantés à Bamberg n'iront pas nécessairement dans cette dernière pour leurs activités.

En définitive, du fait de l'inégal attachement aux territoires vecteurs *a priori* d'identité locale et de l'individualisation des territorialités, le rattachement des écotypes locaux à un territoire commun ne va pas de soi.

Cela est particulièrement visible dans les Pyrénées-Orientales et permet de comprendre l'absence de consensus sur la délimitation de l'aire de production de l'oignon de Toulouges, y compris au sein des acteurs impliqués dans sa filière. Cela est moins perceptible à Bamberg. La ville est omniprésente dans les discours, notamment des acteurs qui y sont implantés. Elle est associée dans les représentations collectives au maraîchage et cristallise une identité locale marquée, ce qui explique le consensus autour de la délimitation de l'aire de production de la BBZ. De plus, du fait de leur proximité, les acteurs enquêtés à Bamberg citent des toponymes similaires et se réfèrent à des lieux et à des espaces similaires.

L'absence de référence consensuelle à un même territoire conduit à s'interroger sur la pertinence qu'il aurait à qualifier de territoriale la signification accordée à l'oignon. Peut-on parler de signification territoriale si l'oignon et ses écotypes ne sont associés à aucune entité qui fasse figure de territoire, c'est-à-dire d'espace collectivement reconnue et approprié par un groupe ? Cette remarque amène à questionner davantage le sens donné au « groupe » et aux démarches qui se voudraient collectives, telles que des IG. La partie suivante montre alors que le rapport au collectif et aux IG n'est pas sans ambiguïté et controverses.

### **3 L'AMBIGUÏTÉ DU COLLECTIF ET DES IG**

Emblèmes des démarches collectives autour de produits territoriaux, les IG divisent les acteurs. Si elles sont des modèles, symboles de réussite, pour certains, elles sont jugées inutiles ou contreproductives par d'autres. D'autres encore méconnaissent leur fonctionnement et ne savent pas si tel ou tel produit fait l'objet d'un label si bien que les IG revêtent une inégale importance aux yeux des acteurs.

Plus encore, l'enquête montre un rapport ambigu aux démarches collectives, c'est-à-dire mobilisant un ensemble d'acteurs structuré et réuni autour d'un projet commun (François *et al.*, 2006 ; Pouzenc *et al.*, 2007). Bien que certains souhaitent l'émergence de ce type de

démarche, beaucoup se montrent réticents ou peu motivés à l'idée d'y prendre part, notamment, par manque de temps ou par pessimisme quant à l'issue du projet.

La moindre importance donnée au collectif et aux IG invite, de ce fait, à nuancer la signification territoriale donnée à l'oignon par les acteurs.

### **3.1 UNE MÉCONNAISSANCE DES IG, TÉMOIN D'UN INTÉRÊT VARIABLE POUR CE TYPE DE DÉMARCHE**

L'inégal intérêt pour les IG se manifeste par le fait que des interrogés ignorent ou ne sont pas certains de savoir si un légume est labellisé. « Et le Toulouges, il a pas d'AOP non plus ? Il a rien ? Non parce que je sais même pas. » (M24), se demande cette maraîchère qui ne cultive pas d'oignons de Toulouges mais qui le connaît pour avoir toujours vécu dans le département. Elle reconnaît ne pas savoir si une appellation d'origine existe. Aussi, l'existence des trois IG sur des fruits et légumes dans les Pyrénées-Orientales, le contenu de leurs cahiers des charges et la différence entre AOC et AOP et entre IGP et AOP ne semblent pas claires pour tous.

*« C'est vrai que sur l'Artichaut du Roussillon, y a six ou sept variétés qui sont AOC Artichaut du Roussillon de par les grosses plantations en Salanque et autres. »  
(M5)*

Ce maraîcher indique par exemple que l'Artichaut du Roussillon bénéficie d'une AOC alors qu'il s'agit d'une IGP. Il évoque six ou sept variétés alors que le cahier des charges en compte cinq. Il ne s'agit pas de moquer ces propos mais de montrer la moindre appropriation des IG par des acteurs, y compris agricoles. Les labels sont donc méconnus par une partie des enquêtés.

### **3.2 LES IG, UN MODÈLE CONTROVERSÉ**

Plus encore que de la méconnaissance et de l'indifférence, des interrogés se montrent sceptiques et critiques à l'égard des IG. Les critiques ont une portée générale ou portent spécifiquement sur des IG situées à l'intérieur ou à l'extérieur du terrain d'étude. L'IG est associée à des difficultés qui montrent que ce modèle divise et n'est pas souhaité par tous.

Je relèverai, en particulier, cinq critiques émises à l'encontre des IG. Un premier ensemble concerne le cahier des charges et plus précisément le temps nécessaire à son élaboration, la difficulté à fixer par écrit le goût d'un légume et l'absence de contraintes quant à l'usage de

phytosanitaires. Une fois obtenue, l'IG fait l'objet de nouvelles critiques : elle est associée à des contraintes administratives et est jugée peu intéressante économiquement par les producteurs en vente directe. Le but n'est pas de faire un relevé exhaustif des critiques mais de montrer qu'un regard critique est porté sur ces démarches par les enquêtés, y compris par certains qui les défendent et participent à leur développement.

Tout en reconnaissant son intérêt, ce responsable associatif souligne le temps et l'argent nécessaire à la création d'une IG.

*« Le processus par lequel un produit est protégé demande un fort investissement : ça coûte beaucoup d'argent et beaucoup de temps. » (SC7)*

L'association dont il est salarié s'occupe d'un label qui distingue des produits agricoles et alimentaires issus de Haute-Franconie. De plus, il est membre de Slow Food et participe, dans ce cadre, à des projets d'IG ou à des démarches de protection telles que l'Arche du goût. Il n'est donc pas étranger à ce type de démarche qu'il ne condamne pas mais il est critique à leur égard.

Un responsable du Groupement d'intérêt des jardiniers bambergeois pointe une deuxième difficulté liée à l'élaboration d'un cahier des charges d'IG. Il s'exprime ici sur l'ail de Bamberg, concerné par un projet d'IG :

*« Quand il y a le virus, le produit est totalement différent : le goût est différent. Et pour la Bamberger Hörnchen, c'est la même chose, l'originale est très grande et avec les maladies, elle devient plus petite et le gout change. Et donc nous devons en ce moment lutter contre le virus. » (SC4)*

La mise en place de l'IG sur l'ail de Bamberg est freinée par la difficulté à définir un goût unique et stable. L'ail est fréquemment touché par une maladie qui modifie son goût, de telle sorte que l'interrogé indique que les acteurs impliqués dans le projet ont noué un partenariat avec une entreprise afin de trouver un traitement capable d'éradiquer cette maladie. Il estime qu'un problème similaire touche la pomme de terre *Hörnchen* ou *Hörnla* inscrite dans une IGP : un virus affecte le goût et l'aspect de la pomme de terre. Ce locuteur témoigne de la difficulté à fixer par écrit le goût d'un légume. Les producteurs sont, autrement dit, incertains de parvenir au produit défini dans le cahier des charges. Cela rejoint l'analyse de chercheurs pour justifier le faible développement de démarches territorialisés autour de fruits et de légumes. En tant que produits périssables, non transformés et dépendants des conditions



climatiques, ils voient leur qualité varier d'une année à l'autre, d'un jour à l'autre. Cette variabilité et cette fragilité compliquent la définition d'un goût unique dans un cahier des charges d'IG (Praly, 2012 ; Alavoine-Mornas, 1997).

Les critiques concernent, en troisième lieu, le degré de précision du cahier des charges d'une IG.

*« J'ai envie de taper sur toutes les appellations. L'appellation, c'est juste un truc commercial pour, normalement, aider un produit mais souvent ça le dessert. Par exemple, dans le département, la Béra du Roussillon, ça veut absolument rien dire, parce que c'est beaucoup trop ouvert comme cahier des charges. [...] On peut cultiver des Béra du Roussillon en Salanque, à Ste-Marie-de-la-Mer mais on peut en faire aussi à Elne, c'est pas le même terroir » (R1)*

Ce restaurateur officiant dans les Pyrénées-Orientales se montre très critique envers les IG développées sur des fruits et légumes dans le département : à savoir, les AOP sur la pomme de terre Béra du Roussillon et sur l'Abricot du Roussillon et l'IGP sur l'Artichaut du Roussillon. Il qualifie l'appellation de « truc commercial » : elle n'aurait que pour finalité de favoriser la vente du produit. Dire qu'elle sert, « normalement, [à] aider un produit » apparaît comme une concession : l'objectif premier d'une appellation est positif puisqu'il consiste à « aider ». Toutefois, cette concession sert à amplifier sa critique de l'AOP sur la pomme de terre Béra du Roussillon (cf. Chapitre 3, 2.2.1.12.2). Il juge, en effet, le cahier des charges de l'AOP trop ouvert et peu restrictif, ce qui s'avère improductif et « dessert » le produit. La zone d'appellation est, selon lui, trop étendue. Elle englobe des espaces aux conditions pédoclimatiques différentes, ce qui est problématique. Ainsi, un cahier des charges apparaît comme devant être précis afin de certifier un nombre limité de variétés et à un terroir doté de conditions pédoclimatiques similaires. Dans le cas contraire, l'IG peut ne pas avoir les effets escomptés, c'est-à-dire « aider un produit ».

Une troisième critique est émise par ce même enquêté qui évoque l'utilisation de produits phytosanitaires pour désherber l'oignon des Cévennes labellisé AOP.

*« J'vous cache pas que l'oignon doux des Cévennes, ça désherbe. Bah, ils sont pas sur plastique. Vous voyez les photos, c'est magnifique sur les terrasses. C'est très beau, c'est une très belle culture. Ça me fait... les terrasses, magnifiques, etc. Mais,*

*y a pas de secret. Si on veut de l'oignon, soit c'est sur plastique, soit y a quelqu'un qui va asperger. En bio, c'est plus dur aussi. » (R1)*

Il fait l'éloge du paysage de terrasses qu'il qualifie, à plusieurs reprises, de « magnifique » et de « très beau ». Cela constitue l'image de marque de l'AOP, ce qui apparaît sur « les photos ». Or, implicitement, ce qui permet une telle image et qui constitue l'envers du décor est le désherbage chimique. Constatant, en effet, que les oignons ne sont pas cultivés sur du paillage plastique, il estime que le désherbage se fait nécessairement par des produits chimiques, c'est-à-dire que « quelqu'un [...] va asperger ». Indirectement, la pression liée à la préservation des paysages de terrasses favorise l'usage de désherbants chimiques et complique la mise en place d'une culture biologique. Sa critique porte donc indirectement sur l'image de marque diffusée par l'AOP qui inciterait à déployer des pratiques contraires à l'Agriculture Biologique. Cette critique rejoint celle émise par plusieurs chercheurs pour qui les IG prennent peu en considération les enjeux environnementaux (Fonte, 2008 ; Poméon et Fournier, 2010 ; Millet, 2017 ; Owen *et al.*, 2020) (cf. Conclusion de la partie 3, 2).

Ces trois critiques portent sur l'élaboration des IG et leurs cahiers des charges. Leur mise en place ne fait cependant pas cesser les critiques. Des producteurs pratiquant la vente directe ou en circuit court jugent les IG inadaptées à leurs modes de commercialisation. Un maraîcher justifie ainsi le fait de ne pas avoir demandé l'« AOP » (M10) (*sic*) sur l'artichaut du Roussillon : « je fais des petites surfaces, c'est essentiellement de la vente directe. Après, si on demande l'AOP, c'est quand on fait de la grosse distribution » (M10). L'IG est associée à des productions engageant de grandes surfaces et destinées à des circuits longs. Comme il vend principalement ses artichauts sur des circuits courts de proximité, c'est-à-dire sur des marchés de plein vent, il n'a pas demandé à être labellisé.

D'autres agriculteurs ont, en second lieu, renoncé à une labellisation devant les démarches administratives nécessaires et après avoir considéré que cela crée des contraintes en termes d'itinéraire technique pour une faible plus-value. Un producteur d'artichaut va dans ce sens :

*« Ça fait trop de contraintes pour moi, au niveau des suivis de la culture et tout ça. Mais, sinon, si je voudrais, je pourrais. Mais, c'est un suivi par rapport à la marge supplémentaire qu'on nous annonce, c'est pas intéressant. [...] Je crois que c'était 4 ou 5 centimes de plus par kilos. Il fallait repartir sur certaines variétés qui*

*avaient un rendement plus faible. Bon et après, fournir tout un tralala de papier. » (M8).*

Le label était une possibilité pour ce producteur installé au cœur de l'aire de l'IGP Artichaut du Roussillon : « je pourrais », dit-il. Il a toutefois renoncé au label et justifie ce choix par des raisons principalement économiques : la « marge » annoncée n'est pas suffisante, le « rendement » des variétés « plus faible » et le coût supplémentaire lié au suivi des cultures. Sa production d'artichauts revêt une signification moins territoriale qu'économique et c'est cela qui permet de comprendre sa décision de ne pas demander l'IGP.

Les nuances apportées sur l'intérêt économique de participer à une IG sont, d'autant plus, exprimées par des maraîchers bio qui estiment que le label bio leur suffit à obtenir une plus-value.

*« En fait, le bio est un label en soi qui te permet de vendre. Donc, quelqu'un qui fait que de l'artichaut, le fait qu'il ait l'AOP, directement, ça lui permet de mettre en avant son produit. Nous, c'est un produit bio, donc, souvent, on est pas mal orienté vente directe. Donc, t'as pas besoin d'AOC et dès que tu veux partir sur un marché plus grand, t'es certifié bio : bah ok, ça passe. Les gens qui veulent du bio vont vouloir ton produit. Donc, on est déjà labellisé, en quelque sorte. On est déjà certifié. » (M5)*

Pour ce maraîcher installé dans les Pyrénées-Orientales, le label bio et les AOP offrent un moyen d'obtenir une plus-value sur la vente d'un produit, de « mettre en avant son produit ». Il n'est alors pas nécessaire de revendiquer les deux labels. Qu'il vende sa production en vente directe ou « sur un marché plus grand », le producteur bio peut se contenter de son label bio. En revanche, d'après lui, un producteur conventionnel aura davantage d'intérêt à demander l'IG.

Ces extraits montrent que l'IG est un modèle qui divise et qui pose question, en particulier, dans les Pyrénées-Orientales. Des maraîchers, des conseillers techniques, des restaurateurs et des responsables associatifs ont jeté un regard sceptique sur les IG : restrictifs pour les uns, trop larges pour les autres, apportant peu de plus-value économique et contraignants d'un point de vue technique et administratif. Des enquêtés sont eux-mêmes partagés : ils défendent l'intérêt des IG, en termes de notoriété et de protection des produits tout en se montrant critiques à l'égard de ces démarches.

### **3.3 DU SCEPTICISME AUTOUR D'UNE ÉVENTUELLE IG POUR L'OIGNON DE TOULOUGES ET LA BAMBERGER BIRNENFÖRMIGE ZWIEBEL**

#### **3.3.1 Dans les Pyrénées-Orientales**

Dans ce contexte, une IG sur l'oignon de Toulouges et la BBZ fait l'objet d'avis partagés. Les enquêtés ne regrettent pas tous l'absence d'IG sur les écotypes : certains considèrent ces démarches comme inutiles ou inadaptées.

*« Non, ... une ... AOP. Non, non, ça, c'est une perte de temps. Le marché, le marché, dans dix ans, il y sera plus. À cause ... À cause des gens qui partent à la retraite et qu'il y a personne pour remplacer. » (M28)*

Lorsque ce maraîcher est invité à s'exprimer sur une potentielle IG sur l'oignon de Toulouges, il ne cache pas ses doutes étant donné que, d'après lui, les départs en retraite d'exploitants et la multiplication de la variété Fireking vont entraîner une disparition progressive de l'écotype. Il explique, dans la suite de l'entretien, avoir lui-même opté pour le Fireking du fait des difficultés que l'oignon de Toulouges lui a posées pendant près de vingt ans : sa conservation réduite et l'impossibilité de le planter tôt dans l'année au risque de le voir monter en graines.

*« L'oignon de Toulouges, il a beaucoup d'inconvénients. C'est pour ça que personne ne le fait. Y a des dates qu'on peut pas planter plus tôt que d'autres. Et voilà. Il est plus tardif, il se conserve moins bien. » (M28)*

Au moment de choisir les variétés qu'il cultive, il prend en considération la facilité de culture et les qualités de conservation plutôt que la signification territoriale qu'elles pourraient revêtir. Il estime que ces critères prévalent même pour la plupart des maraîchers : les inconvénients de l'oignon de Toulouges expliquent, par conséquent, pourquoi « personne ne le fait », ce qui n'empêche pas que, dans les faits, il soit disponible dans la plupart des lieux de vente de légumes dans les Pyrénées-Orientales...

Cette maraîchère travaillant dans une exploitation qui produit de l'oignon de Toulouges avait pris part au projet d'appellation et revient sur l'absence de volonté de ses pairs de faire de même :

*« On avait essayé à l'époque de faire une appellation géographique protégée. Puis, finalement, personne n'a voulu se prendre la tête alors vous savez, les gens*

*ont pas le temps. [...] On avait essayé, oui mais c'était vraiment vite, vite... ça n'intéressait pas. Donc, on va pas obliger les gens s'ils ont pas envie de le faire »*  
(M17)

Notons le mélange entre IGP et AOP à l'évocation de l'« appellation géographique protégée » (*sic*) qui amène à nuancer l'appropriation du lexique des IG par la locutrice. Au-delà de cela, la locutrice explique l'échec du projet par deux éléments : les contraintes de chacun et l'absence de volonté de consacrer du temps à ce projet. Le faible entrain n'est pas dénoncé ni regretté mais l'affirmation est teintée de pessimisme et se veut générale, du fait qu'elle concerne « les gens » et « personne ». Jouer collectif ne paraît pas prioritaire ni pour elle, ni pour ses pairs. Cela semble confirmé dans la suite de l'entretien lorsque je demande à la maraîchère si elle est en relation avec d'autres producteurs :

*« Non, pas du tout. Non, aucune relation. Pourquoi ... ah, y a pas de raison précise. Parce que c'est comme ça, c'est tout. Vous savez, on est occupé, on a pas le temps d'aller... d'abord, on n'a pas de syndicat propre à l'oignon qui nous dirait de faire des réunions ou des trucs comme ça. Donc, c'est chacun chez soi, chacun pour soi. Je trouve pas que c'est dommage, je trouve que c'est comme ça et puis, bon, faut pas se poser de question, vous savez. »* (M17)

Par sa réponse négative, l'enquêtée insiste sur l'absence de relations avec d'autres producteurs. Le « non » est répété deux fois et amplifié par « pas du tout » et « aucune relation ». Elle note l'absence de « syndicat propre à l'oignon », de « réunions ». Ces initiatives sont désignées de manière générale et familière comme les « trucs comme ça », ce qui suggère que la locutrice n'en a pas une représentation positive. Il en résulte que « c'est chacun chez soi, chacun pour soi » (M17). La prévalence de l'individuel aux dépens du collectif apparaît comme un état de fait : « c'est comme ça ». La locutrice ne donne pas d'explication (« y a pas de raison précise », « faut pas se poser de question »), hormis celle du manque de temps. Elle n'émet pas de jugement de valeur à propos de l'absence de collectif ou, du moins, cette situation ne l'insatisfait pas : « je trouve pas que c'est dommage ».

La vivacité réduite du collectif au sein du micro-bassin de l'oignon de Toulouges surgit d'autant plus lorsqu'est évoqué le Fireking, la variété hybride qui se substitue à l'oignon de Toulouges. Les locuteurs identifient alors de « vrais » et de « faux » producteurs et suggèrent, par-là, la méfiance mutuelle et la tension palpable dans le micro-bassin.

*« [L'oignon de Toulouges,] on l'a remplacé par un autre oignon qui est identique ou meilleur encore. Et tout le monde l'appelle oignon de Toulouges mais si je te dis que c'est oignon de Toulouges, moi, j'te dis la vérité. Les autres, après, ils te mentent. » (M28)*

*« Si vous allez au carreau [au Marché de gros de Perpignan], vous y allez le vendredi par exemple, c'est là que tout le monde cueille et vous verrez les... vous avez les vrais producteurs et les faux producteurs. Et vous verrez de suite. » (M32)*

Le premier locuteur est un maraîcher qui a arrêté de produire de l'oignon de Toulouges au profit du Fireking depuis environ cinq ans. Il estime que l'oignon de Toulouges a depuis « longtemps » été remplacée par « un autre oignon » : le Fireking, comme il le dit dans l'entretien. Ce nouvel oignon n'est pas critiqué et est, au contraire, jugé « identique ou meilleur encore ». Ce n'est donc pas l'arrivée du Fireking qui est critiquée mais la pratique qui consiste à qualifier cet « autre oignon » d'oignon de Toulouges. Le ton est polémique : le locuteur exprime son indignation et porte des accusations contre ses pairs. Les accusés sont désignés de façon vague par « tout le monde » et « les autres ». Aucun nom n'est cité. Les accusations portent sur l'ensemble de ses pairs si bien que le locuteur se positionne seul contre tous. Alors que, lui, vend ses oignons en tant qu'oignons rouges et estime donc dire « la vérité », il jette le soupçon sur ses pairs : « ils te mentent », dénonce-t-il. Le propos du deuxième maraîcher est moins accusateur mais dénonce, là encore, les producteurs qui vendent du Fireking au nom d'oignons de Toulouges. D'après lui, cela apparaît de façon manifeste sur le marché de gros de Perpignan : « vous verrez de suite ». Le locuteur reprend l'opposition entre vérité et mensonge en opposant « vrais » et « faux » producteurs.

Ces discours montrent que les relations entre producteurs d'oignons sont teintées de tensions et de concurrence et que leur priorité est plutôt le fonctionnement de leurs propres exploitations, si bien que cela renforce la difficulté d'une démarche collective et l'élaboration d'une IG sur l'oignon de Toulouges. L'association de l'oignon de Toulouges à une faible conservation et à une culture contraignante et le souvenir d'initiatives collectives s'étant conclues par des échecs alimentent le pessimisme de certains enquêtés et freinent d'autant plus l'émergence de dynamiques collectives dans le micro-bassin.

### 3.3.2 À Bamberg

À Bamberg, les enquêtés témoignent d'un même scepticisme à propos d'une éventuelle IG sur la BBZ. Même si elle n'a pas été, et qu'elle n'est pas, à l'ordre du jour, cette labellisation est considérée par la plupart des enquêtés comme improbable et peu réaliste. À la question de savoir si la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* devrait avoir un label, deux enquêtés ont répondu un simple « non »<sup>148</sup>. Cette réponse montre que la position va de soi et n'est pas sujette à discussions. Des enquêtés développent davantage leur propos en expliquant l'absence de label par le caractère très réduit de la production et par sa notoriété exclusivement locale<sup>149</sup>.

*« Je pense que l'oignon [la BBZ] n'est pas si important. Je crois qu'il n'est plus produit en si grande quantité par les maraîchers. La demande, je pense, n'est pas si élevée. » (R10)*

Ce restaurateur exprime la manière dont il se représente la production de BBZ : une production réduite et une demande qui l'est autant. Cette conseillère technique se montre aussi dubitative alors qu'elle explique pourquoi, d'après elle, la BBZ ne bénéficie pas d'IG :

*« [La production de BBZ], c'est très petit. Il y a, certes, Slow Food, avec ces variétés locales et historiques. Ils veulent les conserver. Il y a le Bamberger Sortengarten (Jardin des variétés de Bamberg) qui essaie de faire ça. Ils essayent de les faire survivre. Et c'est aussi très important. Mais, pour la production professionnelle, ils ne jouent aucun rôle. Ils le font pour l'intérêt historique et aussi peut-être avec des partenaires agricoles mais pas pour la production. C'est une niche. » (C5)*

La locutrice concède l'existence d'actions en faveur des « variétés locales et historiques » (« *lokalen und historischen Sorten* ») de la part de Slow Food et de l'association *Bamberger Sortengarten* (Jardin des variétés) mais l'ampleur de leur action est vite relativisée. « Ils essayent de [...] faire survivre » ces variétés et non, ne les font survivre. Les partenariats qu'ils nouent avec des agriculteurs n'ont aucune incidence sur la production professionnelle. Ils restent le fait d'acteurs non agricoles et non professionnels, guidés par l'« intérêt historique » des variétés. Cela constitue « une niche » (« *eine Nische* »). L'enquêtée exprime, de ce fait, sa

---

<sup>148</sup> Entretiens SC3, R8

<sup>149</sup> Entretiens M36, R8, SC6

distance vis-à-vis des initiatives autour des écotypes locaux bambergeois et nuance leur influence sur la sphère professionnelle. Concernant plus précisément, la production de BBZ, elle est minimisée : « c'est très petit » (« *das ist sehr klein* »). Dans ce discours, peu d'importance est accordée à la BBZ, aux écotypes bambergeois et aux initiatives menées à leur propos. L'IG n'est, de ce fait, pas envisagée comme une option vraisemblable.

Si les enquêtés affichent leur scepticisme à l'égard d'une IG sur la BBZ, cela peut s'expliquer par l'absence de volonté de maraîchers à s'engager dans une démarche collective. À l'instar de maraîchers dans les Pyrénées-Orientales, des maraîchers de Bamberg nuancent, en effet, leur implication dans des collectifs ou des associations d'agriculteurs :

*« On se connaît. Nous avons des associations. On est tous à l'intérieur. Il y a aussi le Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois où nous défendons nos intérêts face à la ville, par exemple. Mais pour le travail, c'est chacun pour soi. Il n'y a pas de coopération. [...] C'est toujours difficile de voir avec les autres collègues. Quand tu as une machine et qu'il pleut pendant trois semaines et qu'il y a une semaine de soleil, tout le monde veut la machine. Donc, à Bamberg, chacun a ses propres machines, ses propres productions. » (M36)*

Ce maraîcher explique connaître ses collègues maraîchers bambergeois et mentionne des associations dont ils font « tous » partie et notamment le Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois. Dans l'entretien, il cite aussi une association d'agriculteurs pour la gestion de l'eau et l'irrigation à Bamberg, ce qui témoigne d'une structuration collective de la profession qui est cependant nuancée dans la suite de l'extrait. Le Groupement d'intérêt sert, avant tout, à représenter le corps maraîcher auprès des pouvoirs publics et n'a, autrement dit, pas d'incidence sur la conduite de la production au sens strict : « pour le travail, c'est chacun pour soi. Il n'y a pas de coopération ». La position est affirmée par deux phrases courtes qui ne laissent aucune place à l'ambiguïté. Il justifie, en particulier, l'absence de coopération dans le partage des machines agricoles. Contraints par la météorologie et le temps, les maraîchers ont souvent besoin des machines au même moment et ne peuvent donc pas les partager avec d'autres. Il en résulte qu'« à Bamberg, chacun a ses propres machines, ses propres productions. ».

Trois autres maraîchers confirment ses assertions : ils reconnaissent se connaître mutuellement mais ne coopérer ni pour le partage du matériel, ni pour l'achat de graines ni



pour la commercialisation de leurs légumes<sup>150</sup>. L'interconnaissance ne se double donc pas d'une coopération au sein de la profession.

Des acteurs non agricoles ont également dit leur difficulté à coopérer avec des maraîchers bambergeois<sup>151</sup>. Un responsable associatif a, par exemple, regretté que les maraîchers n'aient pas souhaité participer à son association. Il estimait pourtant qu'elle mettait en valeur l'activité maraîchère auprès des touristes et de la population locale et que les compétences des maraîchers auraient été utiles pour la développer. Ce n'est qu'au bout de quelques mois qu'un maraîcher a accepté de coopérer. D'après le responsable associatif, ce changement est dû au fait que le maraîcher savait désormais que l'association ne concurrencerait pas son exploitation. Dès lors, ces entretiens montrent, en plus d'un scepticisme à l'égard d'une IG sur la BBZ, un rapport ambigu au collectif.

### **3.4 CONCLUSION : L'AMBIGUÏTÉ DES IG ET DU COLLECTIF**

Cette partie visait à interroger le sens donné aux IG et aux démarches collectives, c'est-à-dire mobilisant un ensemble d'acteurs variés autour d'un projet commun : deux éléments témoins d'une signification territoriale accordée à l'oignon.

Les entretiens montrent, en définitive, l'inégale adhésion aux IG. Des critiques sont émises à l'encontre de leur fonctionnement et de leurs cahiers des charges. Quand bien même le modèle des IG n'est pas critiqué en soi, des acteurs affichent leur scepticisme à propos d'une éventuelle IG sur la BBZ et sur l'oignon de Toulouges. La concurrence entre les producteurs, la faible dynamique collective dans les micro-bassins, les volumes de productions réduits, la renommée exclusivement locale des écotypes et les difficultés de production ne permettent pas, selon eux, d'envisager une IG. Ces avis partagés soulignent que tous n'accordent pas suffisamment d'importance à ce type de label pour vouloir faire labelliser et protéger institutionnellement les écotypes locaux.

Plus largement, c'est le sens donné au collectif qui mérite d'être interrogé. Les acteurs accordent effectivement une inégale importance aux dynamiques collectives, qui se matérialiseraient par des associations, des labels, des marques territoriales ou des coopérations interprofessionnelles. De nombreux enquêtés se disent peu motivés pour

---

<sup>150</sup> Entretiens M36, M37, M38, M40

<sup>151</sup> Entretiens SC3, SC5, CH3

prendre part à de telles démarches. Jouer collectif n'est ainsi pas une évidence ou un souhait pour tous ces acteurs.

Les acteurs agricoles sont les plus réservés sur la pertinence de mener une démarche collective dans le cadre de leur activité et, qui plus est, autour de l'oignon. Beaucoup, aussi, se montrent critiques à propos de l'entente au sein de leur profession : ils soulignent et, potentiellement, regrettent une motivation réduite à s'engager dans des initiatives collectives.

À l'inverse, les acteurs non agricoles se disent souvent plus favorables à des démarches collectives. C'est la Ville de Bamberg qui est à l'origine du Groupement d'intérêt des horticulteurs bambergeois et c'est le *Landkreis* de Bamberg qui a lancé le label « *Region Bamberg – weil's mich überzeugt!* » (Région de Bamberg - parce que cela me convainc !). De même, dans les Pyrénées-Orientales, l'intérêt de nouer des partenariats entre les acteurs et de structurer la filière locale de l'oignon de Toulouges est surtout noté par des membres de la société civile et par des restaurateurs engagés dans l'association départementale de chefs gastronomiques, les Toques Blanches. Les acteurs non agricoles déplorent alors fréquemment l'absence de coopération au sein de la profession maraîchère.

L'inégale importance donnée aux IG et aux démarches collectives dénote que tous n'accordent pas une signification territoriale à la production d'oignons. Cela permet, entre autres, de comprendre pourquoi les filières locales de l'oignon, de l'oignon de Toulouges et de la BBZ ne sont pas structurées formellement ; et pourquoi les producteurs des deux écotypes ne sont pas rassemblés par dans un groupement formalisé. Comme le disait une maraîchère citée précédemment : « c'est chacun chez soi, chacun pour soi » (M17) ; les producteurs d'écotypes locaux et, plus largement, d'oignons, s'organisent généralement, chacun de leur côté pour acheter les semences, les plants et du matériel, cultiver et vendre les oignons (cf. Figure 50 et Figure 51). Cette atomisation des acteurs conforte, dès lors, l'idée que les productions d'oignons de Toulouges et de BBZ s'inscrivent dans un micro-bassin et non dans un bassin de production (Sarrazin, 2016).

## **4 CONCLUSION DU CHAPITRE 7 : QUI ACCORDE UNE SIGNIFICATION TERRITORIALE À L'OIGNON ? ESSAI DE TYPOLOGIE**

Ce chapitre met en lumière l'ambivalence de la signification territoriale accordée à l'oignon parmi les acteurs impliqués directement ou indirectement dans la filière de l'oignon

sur les terrains d'étude. Tous ne promeuvent pas la mise en place d'une IG, d'un collectif structuré formellement. Tous n'associent pas les écotypes locaux à des pratiques culturelles et culinaires spécifiques. Tous ne reconnaissent pas une spécificité territoriale et une valeur patrimoniale à l'oignon ni n'emploient pas le langage patrimonial pour en parler. Cela ne vient donc pas remettre en cause l'intérêt de qualifier de territoriale la signification donnée à l'oignon mais invite à en relativiser l'importance.

Afin de préciser l'analyse, cette conclusion vise à se demander s'il est possible d'identifier des profils-types d'acteurs porteurs de cette signification ou au contraire qui s'en écartent. À cette question, une réponse nuancée s'impose.

Il faut, tout d'abord, concéder qu'il est difficile de relier la signification territoriale avec des composantes du profil socio-professionnel des acteurs. En effet, que ce soit dans les Pyrénées-Orientales ou à Bamberg, qu'ils soient originaires ou non des terrains d'étude, issus ou non du milieu agricole, installés récemment ou non en agriculture, qu'ils produisent, utilisent, consomment, cuisinent ou non les écotypes locaux, des acteurs ont donné une signification territoriale à l'oignon. *A contrario*, des personnes cultivant l'écotype local et originaires du terrain d'étude ne donnaient pas un tel sens à l'oignon.

Il est particulièrement hasardeux d'identifier des profils-types au sein des acteurs qui donnent une signification territoriale à l'oignon. Nombreux sont les acteurs associatifs et publics et les restaurateurs rencontrés à employer un langage patrimonial et à accorder de l'importance aux produits locaux et aux appellations d'origine. Or, cette signification territoriale prégnante chez ces acteurs non agricoles peut s'expliquer par le mode de construction de l'échantillon et le choix des enquêtés. Ne pouvant pas contacter l'ensemble des restaurateurs des Pyrénées-Orientales ni de la région de Bamberg, j'ai choisi de contacter ceux qui faisaient partie de l'association des Toques Blanches dans les Pyrénées-Orientales et des associations Slow Food ou *Genussregion Oberfranken* dans la région de Bamberg. En effet, du fait de leur participation à ces initiatives, il est vraisemblable qu'ils ont davantage de sensibilité aux produits locaux et aux démarches visant à les mettre en avant. Engagés eux-mêmes dans une démarche collective et associative autour des produits locaux, ils inviteront potentiellement les agriculteurs à faire de même. De même, j'ai contacté des acteurs associatifs et publics au sein de Slow Food, de la *Genussregion Oberfranken*, du Centre du patrimoine mondial de la Ville de Bamberg et de la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales du fait de leur lien avec des écotypes locaux ; ils avaient fréquemment participé à la valorisation de produits

locaux et à la mise en place d'IG ou étaient sensibles à ces démarches. Plus spécifiquement, dans les Pyrénées-Orientales, j'ai contacté un représentant de la chambre et un représentant d'une coopérative, étant donné leur présence depuis plusieurs années sur le bassin et leurs liens avec des producteurs. D'après les maraîchers, ils étaient particulièrement au fait de la filière et étaient donc des personnes-ressources sur l'oignon de Toulouges. Il était donc probable que ces acteurs se disent sensibles à l'oignon de Toulouges et lui donne une signification territoriale.

Ainsi, le choix du panel influe sur l'identification de la signification territoriale dans les discours. Il est cependant possible d'identifier deux types d'acteurs qui accordent une moindre signification territoriale à l'oignon.

Il s'agit, tout d'abord, des agriculteurs bio qui privilégient des variétés populations (cf. Chapitre 7, 1.3) ou, du moins, des variétés adaptées à leurs parcelles. L'optique n'est pas de choisir l'oignon de Toulouges ou la BBZ si des variétés s'avèrent plus adaptées aux attentes du maraîcher. Les critères sont, dans ces conditions, pluriels : qualités organoleptiques, résistance aux aléas climatiques ou autres, rendement, disponibilité et coût des graines ou des plants certifiés bio, reproductibilité et caractère non hybride des variétés (cf. Chapitre 4, 4.2 ; Chapitre 7, 1.3). Cette adaptation des variétés vise à remédier à l'interdiction d'utiliser des produits phytosanitaires dans le cadre des labels bio. Leur choix a dès lors une signification plus sensible, économique et sociale que territoriale. Cela se manifeste d'autant plus lorsque les enquêtés privilégient des variétés populations qui conservent une variabilité génétique et qu'ils multiplient eux-mêmes sur leur exploitation. L'enjeu est d'adapter la plante à sa parcelle et non de conserver au sens strict une variété, qu'elle soit locale ou non. La signification territoriale n'est, en cela, pas une priorité.

Il s'agit ensuite des acteurs en circuits longs et pratiquant l'expédition. Des producteurs d'oignons de Toulouges notent leur moindre implication dans le micro-bassin en notant leur difficulté à vendre leur production à la grande distribution ou aux expéditeurs présents sur la plateforme St-Charles International :

*« C'est une petite niche en fait. Si j'en faisais trop en fait, je serais bloqué. D'ailleurs, j'avais essayé de le développer un petit peu plus mais le problème c'est que c'est pas connu au niveau au-dessus du département et donc, les autres grossistes et grandes surfaces veulent pas prendre le risque d'en faire. »*

Ce maraîcher reconnaît que vendre ses oignons de Toulouges hors des Pyrénées-Orientales via la grande distribution et des grossistes est ardu. Cela s'explique d'après lui par la notoriété réduite hors département du produit, ce qui ne motive pas les expéditeurs et les distributeurs à segmenter leur offre, spécialement pour ce produit. Dans ces conditions, il se dit contraint de limiter sa production pour la vendre dans son intégralité.

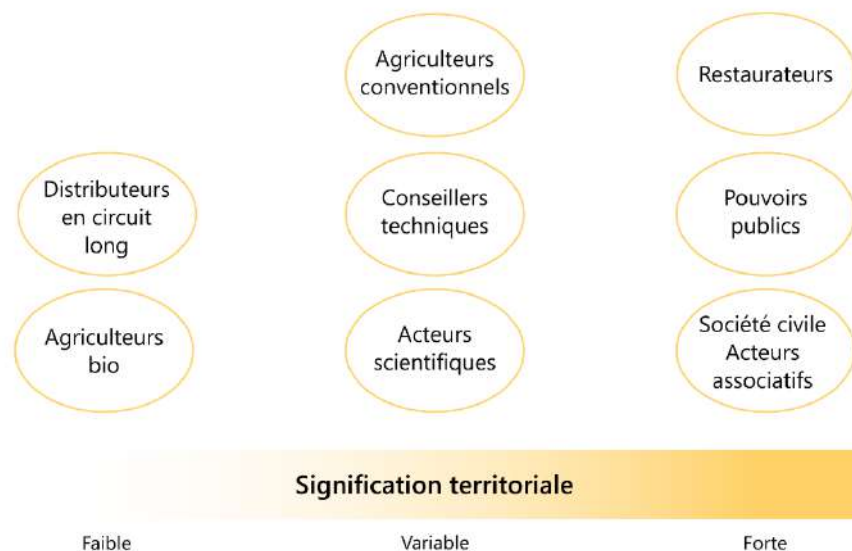
Le discours des acteurs insérés dans des circuits longs de distribution semble confirmer la thèse d'une moindre signification territoriale donnée à l'oignon. Un représentant de St-Charles International, originaire des Pyrénées-Orientales, affirme que très rares sont les oignons produits dans les Pyrénées-Orientales et, qui plus est, de Toulouges à transiter par la plateforme d'import-export. Les oignons sont, de manière générale, un produit marginal sur la plateforme où prévalent « des légumes ratatouille, des agrumes, des fruits à noyaux, des fruits d'été. Donc, poivron, courgette, tomate, concombre, aubergine » (D1). Même si, d'après lui, « il y a une vraie tendance des consommateurs et des acheteurs aujourd'hui d'avoir des labels, d'avoir des reconnaissances, d'avoir des appellations d'origine » (D1), il ignore si l'oignon de Toulouges dispose d'une IG. En outre, lorsque je demande si des produits sous IG transitent par St-Charles, il répond : « De niche ou autre ? Ouais, je pense qu'il y a quand même des produits sous... bah, je pense qu'il y a la Berkane, au Maroc » (D1). C'est donc avec hésitation qu'il mentionne la Clémentine de Berkane au Maroc.

Il m'oriente vers un des seuls expéditeurs de la plateforme qui, selon lui, fait de l'oignon. Un responsable de cette entreprise basée à Perpignan confirme commercialiser de l'oignon et indique qu'ils proviennent d'Espagne, de Belgique et du nord de la France. Aucun oignon des Pyrénées-Orientales n'est expédié et encore moins des oignons de Toulouges que le locuteur dit ne pas connaître. Ces deux enquêtés n'associent donc pas la production d'oignons aux Pyrénées-Orientales si bien que leurs pratiques d'approvisionnement, de distribution et de commercialisation ne visent pas à renforcer un ancrage territorial qui paraît inexistant.

Un dernier indice suggérant que les acteurs de la distribution engagés dans des circuits longs n'accordent pas nécessairement de signification territoriale à l'oignon tient à la difficulté de convaincre ces acteurs de participer à un entretien. À Bamberg, je n'ai pas pu obtenir d'entretiens en face-à-face avec un représentant du grossiste De-We. Une membre du personnel de l'accueil ne semblait pas comprendre l'intérêt de leur participation à l'enquête. Certes, des oignons transitaient par l'entreprise mais ils n'étaient pas de Bamberg et mais plutôt du Nord-Ouest de l'Allemagne : pourquoi, dans ce cas, leur témoignage m'importait-

il ? Des situations similaires ont été observées dans les Pyrénées-Orientales. Contactés par téléphone, quatre grossistes implantés dans l'agglomération perpignanaise ont estimé qu'ils avaient très peu de choses à dire sur l'oignon en général et sur l'oignon de Toulouges en particulier que trois d'entre eux commercialisaient, hormis que ces deux produits étaient présents sur leur catalogue. L'oignon faisait, en quelque sorte, figure de produit si ordinaire qu'il semblait difficile d'envisager un entretien spécialement à son sujet. Il était, dans ces conditions, difficile de convaincre l'interlocuteur de participer à un entretien un tant soit peu chronophage. Cela constitue une limite de l'enquête mais aussi un résultat dans la mesure où cela suggère que l'oignon n'apparaît pas à ses acteurs comme un produit faisant l'objet d'une attention particulière et doté d'une signification territoriale.

Figure 70 La signification territoriale donnée à l'oignon : essai de typologie



*NB : comme cela est expliqué dans le corps de la thèse, cette typologie présente des biais dans la mesure où les différences de significations s'expliquent, entre autres, par la méthode d'enquête. Le schéma remplit alors sa dite fonction de "schématiser" une réalité bien plus complexe.  
Réalisation : Jaume, 2023*

En définitive, les défenseurs de la signification territoriale comptent des restaurateurs et, notamment, des chefs gastronomiques, les acteurs non-agricoles, issus de la société civile et d'organismes publics. Il est cependant difficile de corréliser ces types d'acteurs à une signification territoriale systématique dans la mesure où cela tient, en partie, à la constitution du panel. Parmi ceux qui s'en écartent, figurent des agriculteurs bio et des distributeurs et expéditeurs inscrits dans des circuits longs où la proximité géographique ne prévaut pas. La dissociation entre signification territoriale et agriculture biologique est un des principaux

résultats de cette analyse et ouvre des pistes de discussion en rapport avec les perspectives de recherche contemporaine.

## **CONCLUSION DE LA TROISIÈME PARTIE**

Le but de cette partie était de mieux comprendre l'attention portée à l'oignon et aux écotypes locaux par les acteurs impliqués directement ou indirectement dans leurs filières. La signification économique, sociale et sensible qu'ils revêtent mise en évidence dans la partie précédente donne des clés mais ne permet pas de comprendre complètement le caractère local et patrimonial des écotypes et dont témoignent les interrogés.

Dans cette perspective, j'ai examiné l'hypothèse que ces écotypes avaient une signification territoriale et que cette signification permettait de mieux comprendre le choix ou non des écotypes locaux par les acteurs et l'attachement ressenti à leur égard. La signification territoriale a été analysée de deux manières : par la recherche du langage patrimonial dans les discours, et par le sens accordé aux caractéristiques d'une appellation d'origine identifiées par Pouzenc et ses coauteurs.

De cette analyse ressortent deux principaux résultats.

En premier lieu, la mise en évidence d'une signification territoriale inégalement présente dans les discours éclaire l'arbitrage qui conduit les maraîchers, pépiniéristes, restaurateurs et distributeurs à s'orienter ou non vers un écotype local. Plus encore, elle permet de mieux comprendre pourquoi la production de BBZ et d'oignons de Toulouges est principalement conventionnelle, quand bien même la production maraîchère bio a une place importante, notamment dans les Pyrénées-Orientales : la signification territoriale s'est, en effet, avérée moins présente chez des agriculteurs bio. Au moment de choisir un oignon, leur attention se porte davantage sur des variétés populations (cf. note de bas de page n°143) ou, du moins, adaptées à leurs parcelles et ce, afin de pallier l'interdiction des traitements chimiques et phytosanitaires. De fait, la conservation d'écotypes locaux reconnus pour leur particularité territoriale et leur valeur patrimoniale n'est pas la priorité. En plus des contraintes en termes de certifications et de l'accès limité à des graines et à des plants certifiés bio, cette conception alternative de la biodiversité cultivée, du « matériel végétal » (Garçon, 2015) permet de comprendre pourquoi la production d'écotypes locaux reste principalement conventionnelle.

En second lieu, dans le cadre d'une comparaison entre la BBZ et l'oignon de Toulouges, il est possible de noter des différences entre les deux écotypes sur le plan de la signification territoriale qui leur est conférée. Dans les Pyrénées-Orientales, une part importante des acteurs donne une signification territoriale à l'oignon de Toulouges, du fait de ses qualités gustatives reconnues et de son association à des pratiques culturelles et culinaires spécifiquement locales. Cette signification est, a contrario, moins flagrante pour la BBZ. À Bamberg, si l'oignon a une signification territoriale, il s'agit moins de la BBZ que de l'oignon en général. Les références récurrentes à la place de l'oignon et de ses semences dans l'histoire de la ville, à la recette de la *Bamberger Zwiebel* et au surnom des Bambergeois, les *Zwiebeltreter* (piétineurs d'oignons) (cf. Chapitre 3, 2.1.1.1) montrent que l'oignon est relié à des pratiques et à des représentations localisées. La BBZ est, quant à elle, associée à un ensemble d'écotypes locaux typiques de la ville, les *Bamberger Gemüse* (légumes bambergeois). Or, dans cet ensemble, la BBZ semble au second plan, derrière la pomme de terre, la *Bamberger Hörnla*, et le chou frisé, le *Bamberger Wirsing*, du fait, entre autres, de sa production réduite et de sa moindre spécificité gustative. Dans les discours, l'oignon en général prend le pas sur l'écotype local si bien que la signification territoriale du premier est plus évidente que celle du deuxième.

Ces résultats ouvrent trois principales pistes de discussion.

## **1 LA SIGNIFICATION TERRITORIALE : DISCUSSIONS AUTOUR DE CETTE PROPOSITION D'ANALYSE**

Une première concerne la définition de la signification territoriale proposée ici et la méthode pour l'appréhender

### **1.1 L'ENTRÉE PAR LE LANGAGE PATRIMONIAL : LES APPORTS POUR LA COMPARAISON**

L'étude montre la pertinence d'aborder la signification territoriale à partir d'une entrée lexicale, c'est-à-dire en estimant qu'accorder une signification territoriale à l'oignon se traduit par l'utilisation de certains termes et expressions dans un discours. Cet ensemble de termes a été considéré comme relevant du langage patrimonial, suivant l'expression proposée par Oulebsir et Swenson. La grille d'analyse élaborée par les deux chercheuses a été une base importante que j'ai complétée pour intégrer le champ lexical du territoire et de la *Region*.



Le recours au langage patrimonial dans cette étude compréhensive et comparative a un double avantage considérable. Tout d'abord, ce langage se compose de notions qui sont utilisées et appropriées par les acteurs enquêtés eux-mêmes. Elles sont non seulement des catégories d'analyse auxquelles la recherche recourt mais aussi des catégories d'action (Fleury, 2008). Cette dualité permet de réduire l'écart entre les concepts utilisés dans l'analyse et les mots des acteurs, ce qui est, à coup sûr, tout à fait approprié dans une étude compréhensive qui s'attache au sens donné par les acteurs à des objets.

Cette entrée lexicale a, ensuite, un intérêt méthodologique, étant donné qu'elle permet l'approfondissement de la comparaison entre les deux terrains d'étude. L'étude de la signification territoriale a, en effet, impliqué de comparer la manière dont sont appréhendés le territoire, la *Region* et le patrimoine en France et en Allemagne. Interroger les concepts et leurs équivalents à l'étranger s'avère très stimulant dans une comparaison internationale et favorise une compréhension plus fine du discours des acteurs.

La comparaison montre que le recours au langage patrimonial s'observe dans les Pyrénées-Orientales et dans la région de Bamberg. Elle apporte une double plus-value méthodologique car elle confirme l'intérêt de concevoir comme le font Swenson et Oulebsir le langage patrimonial suivant une logique comparative. Aussi, permet-elle d'enrichir la définition de la signification territoriale en l'envisageant dans deux contextes nationaux et linguistiques différents.

## **1.2 L'ENTRÉE PAR LA GRILLE DE POUZENC ET AL. (2007) POUR QUESTIONNER LA SIGNIFICATION TERRITORIALE DE L'OIGNON**

Analyser l'importance accordée aux éléments constitutifs d'une appellation d'origine suivant Pouzenc et ses coauteurs a été l'autre moyen d'identifier la signification territoriale donnée à l'oignon.

Questionner le sens donné au label, à l'aire de production et la défense du produit par un nom et par des pratiques culturelles et culinaires a favorisé une approche problématisée du discours des acteurs et l'identification d'éléments qui préoccupaient inégalement les acteurs et qui dessinaient des lignes de partage entre eux.

En plus de sa valeur analytique et heuristique, cette définition revêt un intérêt théorique dans la mesure où elle inscrit l'étude dans le prolongement de travaux menés en SHS sur la

territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation. Il est, sur ce point, opportun de discuter les résultats de l'analyse au regard de ces travaux.

## **2 L'ÉCOLOGIE ET LE TERRITOIRE, AU FONDEMENT DE DEUX APPROCHES DE L'AGRICULTURE**

Une deuxième piste de discussion est ainsi ouverte par la dissociation entre bio et écotype local mise en lumière ici. Elle entre en écho avec la recherche contemporaine qui distingue fréquemment les démarches touchant au patrimoine et au territoire et celles visant l'écologie et la protection de l'environnement.

Une AOP peut aller de pair avec une production intensive, très consommatrice en intrants chimiques (Fonte, 2008 ; Poméon & Fournier, 2010 ; Millet, 2017 ; Owen *et al.*, 2020). En effet, les cahiers des charges d'une AOP n'imposent pas nécessairement de restrictions quant à l'usage de produits phytosanitaires (Hirczak, 2011). À l'inverse, l'obtention du label AB impose moins la protection d'écotypes locaux et la valorisation d'un terroir (*ibid.* ; Gremmer *et al.*, 2016) que de « meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production respectant la préférence de certains consommateurs à l'égard de produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels » (Règlement CE n°834/2007, Union Européenne). De manière générale, pour Candau *et al.*, 2018, compatibilité des initiatives ayant un objectif de « territorialisation » et d'« écologisation » (Candau *et al.*, 2018) ne sont pas une évidence : des démarches visant à une territorialisation de l'agriculture ont des effets néfastes sur l'environnement et d'autres répondant à un objectif d'écologisation ont un lien distendu avec un territoire local (Baritoux *et al.*, 2016 ; Candau *et al.*, 2018).

Pouzenc et ses coauteurs (Pouzenc *et al.*, 2007), dans leur typologie des modes de différenciation de la production agricole et alimentaire reprennent ce point de vue quand ils distinguent :

- Le pôle « terroir » avec, notamment, les indications géographiques (AOP, IGP) et les marques territoriales,

- Le pôle « mode de production » rassemblant des modèles composites dont l'agriculture biologique » ou « raisonnée » et d'autres dits « traditionnels », « fermiers », « artisanaux » (*ibid.*).

Ces deux pôles se caractérisent par un lien ambivalent au territoire. La localisation dans un territoire spécifique est déterminante dans le pôle « terroir » et l'est moins dans le pôle « mode de production » où ce sont davantage les pratiques et les modes de production qui importent. Les aspects environnementaux ne priment pas dans le pôle « terroir » et, à l'inverse, sont cruciaux dans le pôle « mode de production » et notamment en AB. Les auteurs reconnaissent, dès lors, qu'il est « difficile aujourd'hui de lier les labels Bio à une identité territoriale » (*ibid.*).

Cette dissociation est amplifiée par la recherche qui aborde les thématiques agricoles et alimentaires tantôt sous l'angle de l'écologie, tantôt sous celui du patrimoine et du territoire. Ainsi, concernant les travaux sur la production légumière, l'accent peut être mis sur l'AB (Samak, 2014), l'agroécologie (Javelle, 2020) ou, à l'inverse, sur des enjeux territoriaux et patrimoniaux tels que l'élaboration d'une IG ou l'inscription d'un bassin de production localisé (Vaudois, 2000 ; Jousseau & Margetic, 2007).

Cette séparation entre les démarches mettant en avant le territoire et le patrimoine d'une part et l'écologie et l'environnement d'autre part est toutefois critiquée. Pouzenc *et al.* (2007) remettent en cause cette approche segmentée et défendent « une hypothèse relativement nouvelle dans le champ des recherches sur la qualité des produits : celle d'une interaction entre les modèles de qualification » (Pouzenc *et al.*, 2007 : 39). Il s'agit, autrement dit, d'aborder ces modèles de façon transversale et de mettre en évidence leurs liens. Rieutort *et al.* (2018) approfondissent cette idée pour montrer que les acteurs de la sphère agricole et alimentaire « adoptent, adaptent, contournent ou inventent des modèles » (*ibid.*) de telle sorte que ces derniers coexistent, s'entremêlent et s'hybrident (*ibid.* ; Gasselin *et al.*, 2021).

L'étude menée ici confirme deux points soulevés par ces écrits.

En signalant la moindre signification territoriale accordée à l'oignon par des agriculteurs bio, elle confirme, tout d'abord, la dissociation entre l'écologie et le territoire au niveau des modes de production et l'ambiguïté du lien au territoire dans les modèles visant une écologisation de l'agriculture (Pouzenc *et al.*, 2007 ; Candau *et al.*, 2018).

Cependant, à l'instar de Pouzenc *et al.* (2007), Rieutort *et al.* (2018) et Gasselin *et al.* (2021), l'étude invite à nuancer la dissociation entre écologie et territoire : des agriculteurs bio s'intéressent aux écotypes locaux voire les cultivent et accordent une signification territoriale à l'oignon. De même, des maraîchers conventionnels produisant des écotypes locaux disent se rapprocher du bio en limitant l'usage de produits phytosanitaires<sup>152</sup>. Il est ainsi ardu de distinguer frontalement des types d'acteurs suivant qu'ils donnent ou non une signification territoriale à l'oignon. La notion d'agrégation est, de ce fait, pertinente pour comprendre les pratiques des acteurs qui ne sont pas *stricto sensu* réductibles à un même modèle. *A fortiori*, l'enquête souligne que l'orientation vers un modèle n'est pas nécessairement conscientisée ni volontaire : la démarche compréhensive, en se fondant sur la réalisation d'entretiens et en ne postulant pas *a priori* de distinctions entre différents modèles, offre un moyen de saisir le sens pris par ces derniers et de mieux comprendre leur agrégation.

### **3 UNE ANALYSE QUI QUESTIONNE LES POSTULATS DE L'ÉCONOMIE TERRITORIALE ET DES RECHERCHES SUR LA TERRITORIALISATION DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION**

Une troisième piste de discussion est ouverte par la mise en évidence d'une signification territoriale ambivalente dans les discours des enquêtés et par les dynamiques contemporaines des micro-bassins formés autour des deux écotypes locaux : malgré leur caractère territorial et patrimonial, ces écotypes ne sont protégés ni par un collectif formalisé ni par un label et voient leurs productions décliner.

Ces éléments remettent en question l'évidence qui ferait qu'*a priori* l'oignon de Toulouges et la BBZ font l'objet d'une territorialisation voire incarnent ce que l'économie territoriale qualifie de ressource territoriale. La discussion proposée ici vise donc moins à se demander si l'oignon de Toulouges et la BBZ constituent des ressources territoriales mais à questionner les présupposés qui amèneraient à penser que de prime abord les deux écotypes en sont.

Cette interrogation fait écho aux propos de la géographe Morgane Millet qui rejette le « postulat qu'un produit de terroir est forcément une ressource territoriale » (Millet, 2017 :

---

<sup>152</sup> Entretiens M4, M8, M10, M27, M29, M38, M39

73). Elle soutient que la corrélation n'est pas systématique et elle critique « la tendance des auteurs [à] considérer que tout fait ressource dès lors qu'[un produit] est intégré dans une forme de différenciation (marchande) du territoire qui le porte. Ainsi, la ressource, son identification et l'analyse de son caractère territorial sont quelque peu sujets à l'arbitraire » (*ibid.* : 76). Il y a, pour ainsi dire, une tendance à faire de tout produit une ressource avec le risque de ne pas opérer de retour réflexif sur le cadre d'analyse et méthodologique : comment s'opère le choix de la ressource étudiée ? Comment est identifié le territoire de la ressource *territoriale* ? S'interroge-t-on sur l'adéquation du lexique de la ressource pour étudier l'objet choisi et envisage-t-on un autre cadre pour remédier à d'éventuelles carences ?

Une remise en question telle qu'y invite Morgane Millet n'a rien d'évident dans la mesure où l'économie territoriale est souvent choisie d'emblée par les chercheurs comme cadre d'analyse. Millet, elle-même, reprend le lexique de la ressource pour étudier, dans sa thèse, l'ancrage territorial des productions ovines laitières dans les Pyrénées-Atlantiques et en Corse. Dans une perspective hypothético-déductive, le choix du cadre d'analyse précède celui de l'objet. Cette configuration peut conduire à ne pas réinterroger certains présupposés.

Dans une démarche compréhensive, la configuration est volontairement moins déductive et tend vers l'inductif : le choix de l'objet précède celui du cadre conceptuel, ce qui oblige à un retour réflexif à son sujet. Or, ce retour permet de prendre conscience de présupposés qui guident une approche en termes de ressource territoriale et de nombreux travaux sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation. En l'occurrence, il me semble pertinent de questionner trois points : la focalisation sur les IG, la mise en avant du collectif et l'inscription dans un territoire.

### **3.1 S'AVENTURER AU-DELÀ DES SENTIERS BATTUS DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES**

La première question, la focalisation sur les IG, est soulevée par deux résultats de l'enquête. D'une part, des acteurs accordent une signification territoriale à l'oignon de Toulouges et à la BBZ, même s'ils ne sont pas inscrits dans des IG. D'autre part, les acteurs rencontrés témoignent d'une motivation inégale à s'engager dans l'élaboration d'une IG et portent, pour certains, un regard critique à leur encontre. Cela suggère que les produits sous IG ne sont pas les seuls témoins d'une dynamique de territorialisation, quand bien même elles concentrent l'attention des acteurs. Cette remarque prend le contrepied d'une tendance de la recherche contemporaine à se focaliser sur les produits faisant l'objet d'IG (*ibid.* : 74 ; Fournier *et al.*,

2018 ; Garçon, 2015 : 120). Cette concentration sur les IG s'explique, en partie, par des raisons pratiques : il est plus aisé d'identifier ces « produits à forte identité » (*ibid.* : 38) qui apparaissent comme des « *success stories* » (*ibid.* : 38) tandis qu'il peut être chronophage et ardu de repérer des produits sans IG, n'ayant qu'une notoriété locale.

L'étude montre, cependant, que la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation ne se joue pas uniquement au travers d'IG. Elle confirme, par-là, l'intérêt soulevé par un nombre croissant de chercheurs de faire un pas de côté et d'élargir l'approche des dynamiques de territorialisation au-delà des produits sous IG (Dedeire, 1997 ; Bérard & Marchenay, 2007 ; Garçon, 2015 ; Millet, 2017). Bérard et Marchenay prônent l'étude de la « valorisation informelle de la localisation » (Bérard & Marchenay, 2007), c'est-à-dire de démarches qui ne sont pas encadrées par des dispositifs institutionnels, qui sont le fruit de réseaux d'acteurs inscrits dans une échelle principalement locale (*ibid.* ; Bérard et al., 2004) et qui concernent des produits dont la reconnaissance est plus tacite que codifiée (Dedeire, 1997). De même, pour Morgane Millet, il est nécessaire de « ne pas considérer les Indications Géographiques comme les seules arènes potentielles de qualification collective des produits. » (Millet, 2017 : 74). D'après la géographe, « d'autres organisations jouent un rôle normatif dans la qualification des produits de terroir » (*ibid.*). Les produits sous IG ne sont ainsi pas les seuls produits constituant des ressources territoriales ni inscrits dans des processus de territorialisation.

Dans sa thèse, Lucile Garçon prend l'exemple de la pomme de terre Quarantina en Ligurie (Italie) et met en évidence la « construction d'un dispositif de qualification sans label territorial » (Garçon, 2012). Une AOP avait été, un temps, évoquée puis abandonnée du fait de dissensions au sujet du mode de commercialisation de la pomme de terre et d'une éventuelle vente en GMS. La démarche est donc désormais volontairement peu codifiée et plus souple qu'une AOP : ce sont des producteurs et des membres de la société civile, accompagnés d'un comité de huit personnes composé d'agronomes et d'universitaires qui organisent cette valorisation locale de la pomme de terre Quarantina (Garçon, 2012). Ce cas présente une dynamique de qualification territoriale certes « en chantier » (Garçon, 2012) et non stabilisée mais qui ne s'inscrit pas dans une IG.

Cet élargissement du point de vue est d'autant plus pertinent dans le cadre des études sur la production de légumes si l'on considère que leur production n'est que peu mise en valeur par des IG (Dubuisson-Quellier, 2003) : 6% des produits labellisés AOP et IGP en Europe en

2020 sont des légumes, une part réduite comparée au poids qu'ils occupent dans l'alimentation quotidienne (source : Commission Européenne).

Pourtant, bien qu'ils relativisent le rôle des IG, ces écrits mettent tous en avant des « collectifs », des « réseaux d'acteurs » (Bérard & Marchenay, 2007), des « organisations » (Millet, 2017) si bien qu'ils apparaissent comme constitutifs d'une démarche de territorialisation. Or, l'étude amène à questionner cette prévalence du collectif ou plutôt à en prendre conscience.

### **3.2 LE COLLECTIF**

Le deuxième aspect qui mérite d'être questionné tient à la valorisation du collectif par la recherche sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation. Tout se passe effectivement comme si le développement de dynamiques collectives était ce vers quoi il fallait nécessairement tendre, que ce soit à travers des coopératives, des groupes de producteurs, des labels, des AOP ou des systèmes de partage de matériels.

Cela transparait notamment dans les travaux en économie territoriale où la définition de sa notion-phare, la ressource, fait référence à un collectif. François et ses coauteurs (2006) désignent ainsi la ressource territoriale comme « une ressource spécifique révélée selon un processus intentionnel, engageant une dynamique collective d'appropriation, différente selon qu'elle emprunte ou non le chemin de la valorisation marchande » (François, *et al.*, 2006). Janin *et al.* (2015) partagent ce point de vue en affirmant que l'activation de la ressource et sa transformation en ressource territoriale supposent une coordination des acteurs et la formation d'un collectif : l'acquisition du « statut de ressource territoriale [...] nécessite le renforcement des liens entre acteurs, leur organisation, ainsi que l'élaboration de référentiels comme repères partagés, reconnus » (*ibid.*). Cette organisation des acteurs autour de la ressource prend des formes multiples : syndicats interprofessionnels, associations, marques territoriales, ateliers de transformations collectifs, parcs naturels régionaux (*ibid.*). Le renforcement de la ressource et de son inscription dans un territoire s'appuie ainsi sur des actions collectives et sur des réseaux d'acteurs.

Cette nécessité du collectif s'observe plus largement dans les travaux sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation. « La qualification d'un produit de terroir relève d'une série de choix réalisés par un collectif donné » (Millet, 2017 : 77). Ces choix concernent, en particulier, l'objet de la qualification territoriale : quel produit sera défendu ? Comment sera-

t-il défini ? (Sainte Marie & Casabianca, 1998 ; Millet, 2017) Ainsi, la constitution d'une ressource et sa qualification dépendent de la capacité des acteurs à se regrouper, à se fédérer, à négocier et à s'accorder (Casabianca & Vallerand, 1994 ; Millet, 2017 : 76). Le collectif émerge de l'appropriation d'une ressource, d'un produit et acquiert, par là, une légitimité pour définir des règles à son sujet (*ibid.*).

Or, dans les micro-bassins d'oignons de Toulouges et de BBZ, les acteurs témoignent d'une motivation sensiblement variable à s'engager dans une démarche collective si bien que les deux écotypes ne font pas l'objet de collectifs formalisés spécifiques qui viendrait les valoriser et les protéger. Cette étude fait prendre conscience que jouer collectif n'est pas souhaité par tous et ce, même si cela apparaît comme une perspective souhaitée voire valorisée par la recherche.

### **3.3 LE TERRITOIRE**

Le troisième élément qui fonde les travaux sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation et qui invite à être interrogé concerne l'inscription de produits dans un « territoire », c'est-à-dire dans un espace délimité, empreint d'une identité et identifié par un groupe d'acteurs. La reconnaissance d'un territoire est décisive dans la construction d'une ressource *territoriale* et dans un processus de *territorialisation*. Si une production dispose d'une Indication Géographique, ce territoire est alors défini collectivement et fixé d'un point de vue réglementaire dans un cahier des charges (Pouzenc *et al.*, 2007 ; Carimentrand *et al.*, 2019).

Néanmoins, l'absence de délimitation institutionnelle des aires de productions de la BBZ et de l'oignon de Toulouges et l'absence de consensus autour de celle de l'oignon de Toulouges amènent à questionner le sens pris par le territoire pour appréhender les écotypes locaux sans IG.

Cela invite à revenir à la thèse portée par Di Méo selon laquelle le territoire est une notion analytique qui marque de son empreinte la géographie et non une réalité (Di Méo, 1990). Le territoire demeure une « spéculation géographique » (*ibid.*) de telle sorte qu'une « relativisation des identités territoriales, des formes de l'espace social et de leur prise en compte par l'homme » (*ibid.*) est nécessaire. Di Méo illustre son propos à partir des travaux de Jean Gallais au Niger dans les années 1960. Même si le terme de région est ici utilisé, la problématique reste la même. D'après lui, le travail de Jean Gallais a pour écueil de fonder



l'analyse sur la notion de région alors qu'elle « demeure souvent une représentation du géographe » (*ibid.*). « La région, si vigoureuse pour l'esprit de l'observateur qui désire faire de la géographie régionale, n'est pas sentie par ses habitants » (*ibid.*).

L'étude de cas sur l'oignon de Toulouges amène, en quelque sorte, à une confrontation avec un territoire qui n'est pas senti par les acteurs : l'écotype n'est pas associé à un territoire reconnu par les acteurs et vecteur d'identité. Le terme de territorialité est *in fine* apparu plus adéquat pour mettre en évidence le rattachement des acteurs à des lieux et à des espaces multiples et distincts et non à un territoire unique.

Plus largement, cela invite à ne pas postuler d'emblée l'utilisation du concept de territoire comme support d'une analyse mais à étudier le discours des acteurs et à estimer ensuite si le terme trouve sa pertinence. Dans cette perspective, la cartographie des toponymes et les ZADA s'avèrent être des méthodes originales pour interroger l'existence d'un territoire dans le discours des acteurs.

En définitive, une étude compréhensive permet d'opérer un retour réflexif sur les notions qui sont au cœur des travaux sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation : notamment, le territoire, le collectif et les IG. L'étude d'écotypes locaux sans IG motive à poser la question suivante : ces notions sont-elles nécessairement adéquates pour saisir finement ce qui se joue autour de ces productions ? Au contraire, la méthode compréhensive amène à réinterroger la tendance à se focaliser sur les IG ou sur les démarches structurées par des collectifs d'acteurs et à fonder une analyse sur la notion de territoire. Il ne s'agit pas de mettre en cause l'importance du collectif, des IG et la pertinence de la notion de territoire mais de montrer que la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation peut s'opérer par des voies multiples et être abordée d'une autre manière par la recherche.

La méthode compréhensive offre, de ce fait, un moyen alternatif, riche et pertinent de saisir ces dynamiques de territorialisation, en se fondant sur les discours des acteurs, sur ce que « sentent les habitants » pour reprendre les termes de Di Méo. Le recours à cette méthode dans une démarche comparative entre des terrains de différents pays a d'autant plus de pertinence. Elle favorise une prise de recul sur les concepts analytiques et la prise en compte des termes utilisés par les acteurs enquêtés, ce qui, à terme, permet d'éviter l'écueil d'une « comparaison assimilatrice » (Schultheis, 1989). Tel était l'objectif de la thèse que de

défendre l'intérêt de la méthode compréhensive pour appréhender des dynamiques de territorialisation, hors des sentiers battus des IG.

A close-up photograph of a field of young green onion plants. The plants are bright green and have several thin, upright stalks. They are growing in dark, rich soil. The background is slightly blurred, showing more of the same plants. A semi-transparent grey horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Conclusion générale' in a bold, black, sans-serif font.

# Conclusion générale

# CONCLUSION GÉNÉRALE

## 1 LE SENS DE L'OIGNON. CHEMINEMENT ET PRINCIPAUX RÉSULTATS

Alors qu'un nombre croissant de voix s'élèvent contre l'érosion de la biodiversité cultivée, la sauvegarde d'écotypes locaux apparaît comme un moyen de limiter ce phénomène tout en satisfaisant la demande de plus en plus forte pour les produits locaux. Néanmoins, les écotypes locaux sont peu explorés par la recherche et si leur étude, dans le cadre d'une thèse, est donc pleinement justifiée, le fait qu'ils constituent un vaste ensemble difficile à quantifier et à décrire impose de se focaliser sur un écotype particulier. C'est ce que j'ai fait en choisissant de comparer et d'analyser les cas de l'oignon de Toulouges et de la BBZ. Apparaissent alors deux questions : pourquoi ces productions ne font pas l'objet d'IG ou, du moins, d'initiatives collectives institutionnalisées et formalisées ? Pourquoi tous les acteurs de la filière impliqués dans la production d'oignons ne s'orientent-ils pas vers ces écotypes ?

Bien sûr, ces deux questions conduisent à une interrogation d'ordre théorique, à savoir : quelles notions, quels concepts mobiliser pour y répondre ?

L'économie territoriale fournit un lexique riche pour comprendre les productions inscrites dans des processus de territorialisation dont font partie les écotypes locaux. En particulier, la notion de ressource au sens de « facteurs à exploiter, à organiser, ou encore à révéler » (Colletis & Pecqueur, 2005) est pertinente pour qualifier les écotypes sans IG. Toutefois il n'existe pas de méthode spécifique pour appréhender la notion, si bien que dans les faits, elle est rarement le sujet central de travaux de recherche.

La thèse vise à y remédier en proposant une méthode, la méthode compréhensive, innovante dans ce domaine, pour l'appréhender et outiller méthodologiquement son étude, ce qui permettra *in fine* de contribuer à l'économie territoriale.

Le but est de comprendre le *sens* donné à l'oignon par les acteurs impliqués directement ou indirectement dans sa filière. La recherche de ce sens vise à apporter des réponses à deux questions : pourquoi ces productions ne font pas l'objet d'IG ou, du moins, d'initiatives collectives institutionnalisées et formalisées ? Pourquoi tous les acteurs de la filière impliqués dans la production d'oignons ne s'orientent-ils pas vers ces écotypes ? La signification donnée par chaque partie prenante à l'oignon permettrait de répondre à ces questions.

Telle était l'hypothèse de la thèse qui se trouve confirmée par l'analyse : l'oignon revêt des sens variables suivant les acteurs et ces différences donnent des clés pour comprendre le choix ou non d'un écotype local, l'attachement ressenti à son égard et la volonté qu'un collectif formalisé et qu'un label le protègent et le valorisent.

L'étude était menée à l'échelle de la filière et, plus largement, du bassin de production, ce qui constitue une originalité. Alors que de nombreux travaux adoptant une approche compréhensive se concentrent sur la sphère agricole, j'intègre ici les acteurs de l'amont, de la distribution, de l'expédition, de la commercialisation, de la restauration, du conseil technique ainsi que les acteurs publics et associatifs.

L'oignon était, en outre, pris au sens large : en tant que produit agricole, objet de commerce, marchandise, aliment, condiment ou ingrédient, et ce, quel que soit l'oignon, qu'il soit jaune, rouge ou blanc, sec ou tendre et quelle que soit sa variété. Cette entrée élargie visait à saisir le sens donné aux écotypes en interrogeant, plus largement, le sens donné à l'oignon. Elle permettait d'intégrer des acteurs qui ne sont pas directement concernés par les écotypes locaux, de prendre en compte leur point de vue et de mettre en lumière l'inégal intérêt pour les écotypes.

La mise en évidence de quatre significations sensible, économique, sociale et territoriale données à l'oignon et aux écotypes locaux s'est faite en deux temps.

Dans un premier temps, j'ai montré que la culture, la vente, la cuisine et la consommation de l'oignon avaient une signification sensible, économique et sociale et que ces trois significations étaient entremêlées dans les discours. Si l'une prévaut souvent, la signification économique, cela n'empêche pas la présence des deux autres si bien qu'elles sont moins opposées qu'entremêlées dans les discours des enquêtés.

L'oignon représente manifestement un objet économique voué à être valorisé sur un marché. Il a un coût, un prix, un rendement et participe au chiffre d'affaires des acteurs de la filière. Les relations entre ces derniers s'organisent suivant une division du travail de telle sorte que les semenciers, les pépiniéristes, les maraîchers, les expéditeurs, les distributeurs, les commerçants et les restaurateurs ont, chacun, leurs missions et prérogatives. La situation de la filière est ainsi vue comme étroitement liée au contexte économique global : mondialisation des circuits, inflation, promotion des circuits courts et du bio, etc.

La signification sociale se traduit par la mention d'une large sphère d'acteurs, de leurs relations et des normes qu'ils véhiculent. La diffusion des pratiques culturelles et culinaires dépend des interactions sociales des acteurs et, notamment, des échanges oraux entre maraîchers et dans la sphère familiale. Les pratiques déployées autour de l'oignon présentent une forte dimension sociale dans la mesure où elles s'apparentent fréquemment à des normes, c'est-à-dire à des règles explicites ou tacites suivies par plusieurs acteurs.

La signification sensible se manifeste, enfin, par la place donnée aux cinq sens, aux perceptions sensorielles, à l'observation, aux sensations, aux émotions. Cette prégnance du sensible et de la sensibilité dans les discours des producteurs d'oignons est, en grande partie, liée aux vicissitudes et incertitudes du climat et à leur impact direct sur les récoltes et les écosystèmes. Ils sont contraints de s'adapter en permanence et de faire évoluer leurs pratiques suivant ce qu'ils observent sur le terrain. Du fait de cette incertitude et du suivi constant de la culture, les producteurs nouent un rapport personnel et sensible à leurs oignons si bien qu'ils les personnifient dans leurs discours et les associent à des émotions et à des affects. Ces éléments sensibles transparaissent également lorsque la cuisine et la consommation d'oignons sont associées à des sensations négatives ou, au contraire, à un plaisir gustatif et visuel.

Toutefois, ces trois significations ne montrent pas pleinement le caractère local et patrimonial des écotypes évoqué par les interrogés.

Dans cette perspective, j'ai examiné une quatrième signification dite « territoriale » accordée à l'oignon et aux écotypes locaux. Cette signification se traduit par le recours à un langage patrimonial et par une importance donnée aux caractéristiques d'une appellation d'origine identifiées par Pouzenc et ses coauteurs. Elle ne se retrouve pas dans tous les discours, ce qui révèle des clivages et des nuances entre les acteurs de l'oignon.

## **2 ÉCLAIRER LE CHOIX DES ÉCOTYPES LOCAUX**

Les significations sensibles, économiques, sociales et territoriales permettent de mieux comprendre le choix ou non des écotypes locaux par les acteurs et l'attachement ressenti à leur égard.

La prévalence d'une logique économique n'amène pas nécessairement un maraîcher, un restaurateur, un commerçant ou un distributeur à se tourner vers les produits les moins

coûteux. Le calcul économique peut prendre en compte le « consentement à payer » (Armand-Balmat, 2002) du consommateur, c'est-à-dire le fait que le consommateur accepte de payer plus cher un produit local, biologique ou doté de qualités gustatives particulières. Dans ces conditions, les acteurs de la filière peuvent s'orienter vers les écotypes locaux s'ils estiment obtenir une plus-value grâce à ces produits.

Il n'en reste pas moins que dans la mesure où une signification économique prévaut dans le discours d'un acteur, cela ne va pas en faveur de l'oignon de Toulouges et de la BBZ dont le rendement est jugé plus faible que celui de variétés hybrides et dont le coût de production et d'achat est jugé plus élevé. Cela amène de nombreux maraîchers des Pyrénées-Orientales à opter pour une variété hybride, le Fireking, proche de l'oignon de Toulouges au point de vue organoleptique mais dont la production est, d'après eux, plus profitable. À Bamberg, le calcul économique incite les restaurateurs à se détourner de la BBZ au profit d'oignons de charcuterie, considérés comme plus pratiques à utiliser et moins coûteux à acheter. La BBZ est d'autant moins choisie qu'elle est dite petite et peu pratique à utiliser.

Les significations territoriales, sensibles et sociales permettent, dès lors, de mieux comprendre pourquoi, malgré leur intérêt économique moins évident, les écotypes peuvent tout de même être choisis par les acteurs.

La signification sensible influe, en particulier, sur le choix de l'oignon de Toulouges dont les qualités gustatives sont vantées par la plupart des enquêtés. Le souvenir de sensations agréables lors de sa dégustation les incite à s'orienter vers l'écotype. Cela n'est pas aussi visible pour la BBZ dont le goût est généralement jugé peu emblématique.

La signification sociale éclaire également le choix des écotypes locaux. Si la BBZ et l'oignon de Toulouges sont présents dans des exploitations familiales de maraîchers, de pépiniéristes ou de semenciers, cela peut s'inscrire dans une transmission de génération en génération. Dans ce cas, il s'agit moins d'un choix que d'une norme tacite qu'il convient de suivre. Dans cet ordre d'idée, les échanges entre pairs et les conseils formulés à cette occasion peuvent orienter des producteurs non originaires des terrains d'étude ou récemment installés en agriculture vers l'oignon de Toulouges, la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* ou, plus largement, vers les écotypes de légumes bambergéois. Enfin, la présence de la BBZ sur les cartes des brasseries bambergéaises tient, en grande partie, à l'organisation par la branche locale de Slow Food d'une journée annuelle durant laquelle les restaurateurs cuisinent des

produits de maraîchers locaux et, entre autres, les écotypes de légumes bambergéois. Les acteurs associatifs sont, en cela, des intermédiaires entre maraîchers et restaurateurs et jouent un rôle dans le choix des écotypes locaux par ces deux types d'acteurs.

La signification territoriale offre une troisième clé de compréhension du choix des écotypes locaux par les acteurs de l'oignon, étant donné qu'elle exprime l'importance donnée aux produits et aux pratiques culturelles et culinaires reconnues pour leur spécificité locale et pour leur valeur patrimoniale. Or, elle s'avère relativement moins présente dans les discours de distributeurs d'oignons en circuit long et d'agriculteurs bio.

Les premiers se concentrent sur des oignons provenant de bassins de productions majeurs situés dans le nord-est de l'Allemagne et de la France, en Espagne ou en Belgique. Les oignons qu'ils voient transiter sont non pas des écotypes locaux mais des variétés communes, favorables à une optimisation des coûts et à l'échange de gros volumes. Les seconds privilégient des variétés adaptées à leurs parcelles, leur permettant d'obtenir une récolte optimale sans intrants chimiques et répondant aux cahiers des charges des labels bio. De fait, la conservation d'écotypes locaux reconnus pour leur particularité territoriale et leur valeur patrimoniale n'est pas la priorité. Cela met en évidence une signification alternative conférée aux variétés et au « matériel végétal » (Garçon, 2015).

Ces deux types d'acteurs tendent à ne pas privilégier les écotypes locaux de telle sorte que ces derniers demeurent produits principalement par des exploitations conventionnelles et vendus par l'intermédiaire des circuits courts et de proximité.

La mise en évidence de l'ambivalence de la signification territoriale dans les discours des enquêtés éclaire, plus encore, l'absence de structuration collective et d'IG qui viendrait protéger et valoriser les écotypes. Les acteurs de la filière de l'oignon témoignent, en effet, d'un intérêt variable pour les démarches collectives et les IG : certains sont indifférents à ces dernières, les méconnaissent, les critiquent ou ne souhaitent pas s'engager dans ce type d'initiative.

Ces quatre significations s'avèrent, en définitive, stimulantes pour comprendre le choix ou non des écotypes locaux par les acteurs et l'absence de protection et de valorisation institutionnalisée.



## 3 DISCUSSION AUTOUR DES RÉSULTATS ET DE LA MÉTHODOLOGIE

### 3.1 MISE EN PERSPECTIVE DES RÉSULTATS

L'analyse a donné lieu à la mise en perspective des résultats avec les travaux contemporains sur l'agriculture et l'alimentation. Trois points sont, en particuliers, soulevés.

En premier lieu, l'entremêlement des significations sociale, sensible et économique accordées à l'oignon amène à interroger l'opposition entre agriculture conventionnelle et biologique du fait que ces trois significations sont données par des acteurs en bio comme en conventionnel (cf. Chapitre 4, 5.2). Les agriculteurs conventionnels ne sont pas les seuls à se préoccuper prioritairement de la rentabilité de leur exploitation, du rendement de leur culture, du prix de vente de leur produit et de la conjoncture économique mondiale : ceux en bio en témoignent tout autant. À l'inverse, les agriculteurs bio ne sont pas les seuls à témoigner d'une relation sensible à leur production. Cela prend le contrepied de travaux de recherche qui minimisent voire réfutent la présence de préoccupations économiques chez les agriculteurs bio (Kazic, 2022), et qui font de l'agriculture conventionnelle un modèle fondé sur la domination d'une « nature-objet » (Larrère, 2002).

En second lieu, l'ambiguïté d'une signification territoriale chez les agriculteurs bio conduit à confirmer la distinction faite par la recherche entre les démarches concernant le patrimoine et le territoire et celles concernant l'écologie et la protection de l'environnement, entre les dynamiques d'écologisation et celles de territorialisation (cf. Conclusion du Chapitre 7, 2). L'enquête montre que ces deux démarches renvoient à des conceptions distinctes de la production agricole et alimentaire et du « matériel végétal » (Garçon, 2015). Elle vient toutefois nuancer cette segmentation et s'inscrit, en cela, dans le prolongement des travaux signalant que les modèles de production s'entremêlent et sont réinventés en permanence par les acteurs (Pouzenc *et al.*, 2007 ; Rieutort *et al.*, 2018 ; Gasselin *et al.*, 2021). C'est pourquoi chaque producteur puise, consciemment ou non, dans différentes sources pour forger ses propres pratiques et sa propre façon de cultiver de l'oignon.

En troisième lieu, l'étude amène à questionner trois éléments qui font figure de postulats dans les travaux sur la territorialisation de l'agriculture en SHS et, en particulier, en économie territoriale : l'attention portée aux IG, la valorisation du collectif et la focalisation sur le territoire (cf. Conclusion du Chapitre 7, 23).

L'étude montre que les acteurs des micro-bassins de l'oignon de Toulouges et de la BBZ ne souhaitent pas tous jouer collectif alors que la présence d'un collectif formalisé est une condition nécessaire à l'émergence d'une ressource territoriale. Par contraste, la réticence de certains enquêtés fait prendre conscience de la tendance de la recherche à valoriser le collectif. Il ne s'agit pas de nier l'intérêt des démarches collectives mais de questionner le primat qui leur est donné.

La thèse invite, de plus, à rappeler que le territoire est plus un concept analytique qu'une réalité. Dans ces circonstances, il ne paraît pas pertinent de ne pas postuler d'emblée l'utilisation du concept de territoire dans l'analyse d'un produit, quand bien même il porterait un toponyme dans son nom et serait considéré comme local. L'étude du discours des acteurs et, potentiellement, le recours à des outils comme les ZADA sont des moyens d'examiner si le terme trouve véritablement sa pertinence.

En comparant la BBZ et l'oignon de Toulouges, la thèse montre, enfin, l'intérêt d'étudier des produits n'étant pas labellisés par des IG pour appréhender les phénomènes de territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation. Elle interroge la tendance en géographie et en économie territoriale à se focaliser sur des produits sous IG (Millet, 2017) et s'inscrit ainsi dans le prolongement de travaux qui s'intéressent aux productions locales ou de terroir non labellisées (Dedeire, 1997 ; Bérard & Marchenay, 2007 ; Garçon, 2015).

### **3.2 CONTRIBUTION À L'ÉCONOMIE TERRITORIALE : UNE MÉTHODE COMPRÉHENSIVE POUR APPRÉHENDER LES RESSOURCES LATENTES**

L'objectif théorique de la thèse était de montrer l'intérêt de la méthode compréhensive pour aborder de manière alternative les ressources et les processus d'activation. Les écotypes locaux dépourvus de labels s'apparentent en effet à des ressources latentes ou ne faisant pas l'objet d'un processus poussé d'activation. Je retiendrai dans cette conclusion deux atouts de la méthode compréhensive dans l'étude de ce type de ressource.

Elle promeut, tout d'abord, un regard réflexif : une prise de recul sur les notions d'analyse, sur les postulats et sur l'approche hypothético-déductive qui prévalent en économie territoriale. L'approche hypothético-déductive fait, notamment, courir le risque au chercheur de biaiser son regard et peut l'empêcher de saisir les objets d'étude dans toute leur complexité. Par sa dimension plus inductive, la démarche compréhensive fait prendre conscience de postulats guidant l'approche en économie territoriale. Aussi est-elle une voie originale pour saisir la

particularité des ressources peu ou pas activées, les signaux faibles d'une activation ou, à l'inverse, les motifs d'une activation non entamée.

La méthode compréhensive a, ensuite, un intérêt tout particulier dans une comparaison entre des terrains situés dans différents pays dans la mesure où elle se fonde, en grande partie, sur l'étude des termes utilisés par les acteurs eux-mêmes pour qualifier des objets, des phénomènes ou des pratiques. Deux points apparaissent dès lors cruciaux :

- Recontextualiser les mots utilisés par les acteurs et les notions envisagées pour l'analyse en vue d'échapper à l'écueil d'une « comparaison assimilatrice » dénoncée par Schultheis (1989). C'est dans cette optique que les notions de territoire, de patrimoine et de *Region* ont été recontextualisées et comparées avec leurs équivalents d'autres pays.
- Réduire l'écart entre le discours tenu par la recherche et celui tenu par les acteurs enquêtés (Fleury, 2008). Les ressources et les ressources territoriales n'ayant pas été mentionnées par les enquêtés, le parti pris a été de se détacher de ces notions dans l'analyse des entretiens. J'ai davantage recouru à des termes utilisés par les acteurs ou, du moins, dotés d'un sens large et indépendant d'une discipline ou d'un courant de recherche. Cela s'est concrétisé par l'hypothèse selon laquelle l'oignon a une signification économique, sociale ou sensible et par le recours aux notions de représentations, de perceptions et de pratiques pour retranscrire les résultats.

Enfin, la méthode compréhensive favorise la prise en compte du point de vue de l'individu : comment envisage-t-il l'objet conçu comme une ressource par le chercheur ? Quel sens lui donne-t-il ? Cette focale sur l'individu permet d'éviter une approche exclusivement « macro » (Grossetti, 2006) qui prévaut souvent en économie territoriale et prenant comme référence l'échelle interindividuelle et collective. Le pari compréhensif est, par conséquent, d'entrer par l'individu pour appréhender les interactions entre les acteurs et les processus d'activation et de territorialisation des ressources.

### **3.3 REPRÉSENTATIONS, PERCEPTIONS ET PRATIQUES : UN TRIPTYQUE À HAUTE VALEUR ANALYTIQUE**

La retranscription des résultats a donné lieu à la mobilisation des notions de pratiques, de perception et de représentations. Toutes trois rendent homogène l'expression des résultats, appuient l'analyse des entretiens et permettent de faire surgir le sens accordé à l'oignon. Bien

qu'elles soient d'ores-et-déjà présentes dans la littérature en SHS sur l'agriculture et l'alimentation, leur mise en relation explicite n'allait pas de soi et n'avait été observée que dans un seul article (Caillault & Marie, 2009).

La thèse montre la complémentarité de ces notions et la pertinence de les considérer comme un triptyque. Elles peuvent être définies conjointement : la représentation est une perception complétée de filtres sociaux et cognitifs. Elle influence les pratiques qui suscitent elles-mêmes des perceptions sensorielles, tactiles, gustatives, visuelles, olfactives (cf. Chapitre 2, 5.3.2). La structuration de ce triptyque rend, en outre, cohérent au point de vue théorique l'utilisation de notions proches telles que sensations et émotions (Arnaud, 2019). Ce triptyque est particulièrement approprié dans une étude compréhensive dont le but est de saisir le sens donné à un objet, à un phénomène, à des actions ou, autrement, dit à des pratiques. Le sens se révèle par ces mêmes pratiques et par les représentations dont témoignent l'acteur. Il ne serait donc opportun de voir ces trois concepts repris dans de futures études compréhensives ou portant sur l'agriculture et l'alimentation.

### **3.4 DES USAGES DE LA CARTOGRAPHIE**

La thèse a été alimentée par un travail de cartographie dont le but était de contextualiser les terrains d'étude et de favoriser la compréhension du sens donné aux écotypes locaux d'oignons. Dans cette conclusion, je discuterai, spécifiquement, les apports et les limites des ZADA et de la cartographie des toponymes.

#### **3.4.1 Les ZADA : une méthode pour susciter le débat sur l'ancrage local des produits agricoles et alimentaires**

Les ZADA et leur mise en regard avec le profil socio-professionnel des acteurs se sont révélés d'un grand apport pour saisir les représentations de l'aire de production des deux écotypes. Entre les deux variétés, le rattachement de ces deux productions localisées à une aire fait l'objet d'une inégale évidence. Le rattachement de la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* à Bamberg est admis tandis que la délimitation de l'aire de production de l'oignon de Toulouges est plus incertaine.

Avant de présenter les atouts de cette méthode, soulignons les limites qui ont pu être constatées. Comme toute méthode, le chercheur impose des outils aux interrogés. Il importe, de ce fait, d'avoir conscience que le fond de carte, la question, le traitement des données sont liés à des choix et que la démarche n'est pas résolument objective (Ramadier, 2017 ; Dernat

*et al.*, 2017). Même si cela ne s'est pas rencontré dans mon cas, il est possible que des enquêtés peinent à répondre à la question posée s'ils ne connaissent pas la région représentée sur le fond de carte (Arnaud, 2019, 2020). De plus, le travail cartographique s'appuie sur un échantillon limité et ne peut pas être considéré comme une démarche quantitative (Arnaud, 2019) : c'est pourquoi il a été complété d'une analyse qualitative des entretiens.

Les ZADA ont, cependant, des atouts. Ils sont un moyen efficace de questionner les enjeux spatiaux des écotypes qui, en l'absence d'IG, ne sont pas inscrits dans une aire délimitée officiellement. Plus largement, ils sont utilisables pour interroger l'ancrage dans l'espace d'un produit considéré comme local. La diffusion des résultats peut donner lieu à des discussions avec les acteurs : ces derniers prennent conscience de la diversité des points de vue qui existent sur leur territoire (Benoît *et al.*, 2006) ou sur un produit local, ce qui peut alimenter des débats sur la délimitation d'une aire de production dans le cadre d'un projet de labellisation ou d'une recherche-action. Les ZADA peuvent ainsi susciter des échanges en vue de construire une vision partagée (Benoît *et al.*, 2006). Leur recours dans des travaux sur la territorialisation sur l'agriculture et l'alimentation serait alors, en tout point, stimulant.

### **3.4.2 La cartographie des toponymes : une méthode dont le nom est à retenir**

La seconde méthode cartographique qui sera abordée dans cette partie conclusive est la cartographie des toponymes. Inspirée des travaux de Florence Troin (2016), elle a consisté à relever et à localiser les toponymes cités dans les entretiens.

Le relevé des toponymes comporte, d'emblée, des limites. Du moins, il implique des points de vigilance. J'en retiendrai, notamment, trois.

Le premier concerne les modalités de relevé. J'ai insisté dans le troisième chapitre sur les difficultés inhérentes au relevé des toponymes et sur la nécessité de faire des choix et de les expliciter (cf. Chapitre 2, 5.2.3) : faut-il, par exemple, prendre en compte les toponymes raccourcis, sous forme d'adjectifs ou inclus dans des noms d'institutions ? Il est, dans ces conditions, préférable de réaliser un comptage manuel des occurrences, ce qui peut être chronophage si le corpus est vaste.

Le deuxième point a trait au recours inégal à des toponymes suivant les interrogés. Les références sont nombreuses pour certains et beaucoup plus rares pour d'autres, ce qui peut s'expliquer par une inégale connaissance et appropriation des lieux et, plus largement, à des

différences en termes de capitaux culturels et symboliques (Brunterc'h, 2018). Il ne permet donc qu'une saisie partielle et non exhaustive de la territorialité des acteurs : seuls apparaissent les toponymes cités par l'acteur, ce qui exclut les sous-entendus et les implicites.

Le troisième point de vigilance concerne l'analyse du relevé. Il paraît effectivement important de compléter le relevé quantitatif par une étude plus qualitative de citations dans lesquelles des toponymes apparaissent et de leur contexte d'énonciation. Flamein et Eshkol-Taravella (2021) soulignent la part de subjectivité et d'émotions dans l'usage d'un toponyme : un individu lorsqu'il mentionne des toponymes est influencé par ses expériences individuelles et collectives. Les deux chercheuses s'attachent donc à identifier la connotation positive ou négative des lieux mentionnés en relevant des déterminant possessifs et des expressions et des adjectifs mélioratifs ou péjoratifs qui témoigneraient d'un lien affectif avec un lieu (Flamein & Eshkol-Taravella, 2021). L'attachement à des lieux ou à des espaces a effectivement transparu durant l'enquête.

*« Là, sur mon village, à Baho, quand je me suis installé, on devait être, on était une cinquantaine d'agriculteurs alors tout le monde faisait un petit peu de tout. »  
(M29)*

Le déterminant possessif « mon » souligne l'attachement de ce maraîcher au village où se situe son exploitation et teint de nostalgie l'évocation de souvenirs à propos de la situation passée du maraîchage local.

*« L'identité régionale ici est très importante. La Franconie n'est pas comprise dans la Bavière. Nous lui appartenons, certes, politiquement mais sinon, c'est indépendant. Nous essayons de promouvoir cette culture particulière. » (SC7)*

Ce responsable associatif considère la Franconie comme un vecteur fort d'« identité régionale » et comme le support d'une « culture particulière » : par le pronom pluriel « nous » (« wir »), il parle non pas en son nom mais au nom de la population franconienne. Or, dans ces entretiens, ne relever que les noms « Baho » et « Franconie » conduit à passer sous silence le sentiment d'appartenance dont témoignent les interrogés. Ces deux exemples montrent l'importance de prendre en considération le contexte d'énonciation des toponymes, le sens qui leur est donné et les émotions qui leur sont associées.

Pour autant, l'analyse des toponymes dans un corpus d'entretiens présente des atouts et ouvre de réelles perspectives de recherche. Elle est un moyen original d'étudier, sous un angle quantitatif et cartographique, le rapport à l'espace des acteurs.

Aussi se révèle-t-elle complémentaire aux ZADA. Les lieux et espaces apparaissant dans la cartographie des toponymes tels que la plaine du Roussillon, le département des Pyrénées-Orientales ou les villes de Toulouges et de Bamberg se retrouvent sur les ZADA, sur le tracé des interrogés et sur leur représentation de l'aire de production des écotypes locaux. La cartographie des toponymes renforce, par-là, la compréhension des ZADA en permettant de comprendre le sens donné au tracé et la délimitation de zones spécifiques.

### **3.5 DES APPORTS DOCUMENTAIRES : DE L'OIGNON AUX BASSINS MARAÎCHERS**

Cette thèse présente un intérêt documentaire (cf. Introduction du Chapitre 1).

Le premier chapitre présente l'oignon du point de vue de ses traits biologiques et agronomiques, de sa production, de sa consommation, de sa place dans l'alimentation, dans la culture, la médecine et dans la recherche. Le chapitre 3 contextualise au prisme des notions de bassin et micro-bassin la production de légumes, d'oignons et d'écotypes à Bamberg et dans les Pyrénées-Orientales. Ces deux chapitres sont des préalables à l'analyse du sens donné à l'oignon par les enquêtés et à la mise en œuvre de la démarche compréhensive et comparative mais ont aussi une valeur documentaire.

Les travaux en SHS sur l'oignon ne se trouvant pas à foison, il était pertinent de reprendre et de synthétiser les savoirs disponibles actuellement sur ce légume qui est l'un des plus cultivés et consommés au monde et qui s'accompagne d'un ensemble de représentations sociales. Cet apport documentaire justifie alors l'intérêt théorique de faire de l'oignon un objet de recherche.

De même, bien que des articles récents l'évoquent, le maraîchage dans les Pyrénées-Orientales n'a pas été au centre d'une thèse, d'un mémoire ou d'un ouvrage de recherche depuis plus de deux décennies. Deux travaux sont d'un apport précieux : le mémoire en histoire de Frédérique Delpech sur les confréries de jardiniers à Perpignan au XVIIIème siècle dans lequel l'auteur revient sur l'histoire du maraîchage dans le département (Delpech, 1997) et l'ouvrage collectif de Peyrière *et al.* (1938) qui dresse un portrait historique, technique et économique des productions maraîchères dans les Pyrénées-Orientales. Ces deux ouvrages

étant relativement anciens et accessibles uniquement aux Archives départementales des Pyrénées-Orientales à Perpignan, il était intéressant d'en faire une synthèse et de les compléter par des données récentes. À Bamberg, le maraîchage est davantage documenté, et ce jusqu'à aujourd'hui, mais la documentation en français est rare et consistent souvent en des guides de voyage ou des brochures touristiques. La thèse fait ainsi du bassin maraîcher bambergeois une étude de cas disponible dans la recherche francophone.

## **4 PISTES POUR LA RECHERCHE**

Ce travail ouvre de larges perspectives de recherche. J'envisagerai ici les apports que peut avoir une méthode compréhensive dans l'étude des bassins de production et l'approfondissement de l'hypothèse d'une signification territoriale accordée à la production agricole au regard d'un autre registre de sens. Dans ce dernier, l'accent serait mis moins sur un territoire et sur une dimension patrimoniale que sur un espace local où les acteurs sont proches géographiquement, moins sur des produits de terroir ou des IG que sur des circuits courts et de proximité (Praly *et al.*, 2014).

### **4.1 RENFORCER L'APPROCHE DES BASSINS DE PRODUCTION PAR UNE LECTURE COMPRÉHENSIVE**

La première perspective de recherche concerne la notion de bassin de production (BP) et de micro-bassin.

J'ai recouru à ces notions nourries par des travaux récents en géographie et en sociologie (Sarrazin, 2016 ; Fortunel, 2017 ; Guillemain, 2020) pour appuyer la contextualisation des terrains d'étude. Comme le préconisait Sarrazin (2016), les notions ont été utilisées à des fins principalement descriptives afin de présenter les productions de légumes et d'écotypes locaux d'oignons dans la région de Bamberg.

La thèse montre cependant qu'elles peuvent être employées dans une perspective plus analytique. La typologie qui distingue le micro-bassin du bassin de production a été le moyen de souligner la coordination réduite des acteurs et l'absence de collectif formalisé. Les ZADA ont, de plus, permis de discuter le degré d'appropriation du bassin de production : constitue-t-il un territoire reconnu comme tel par les acteurs ou reste-t-il une construction du chercheur ? Le consensus sur la délimitation de l'aire de production de la BBZ signale une plus grande reconnaissance de ce micro-bassin comme territoire. À l'inverse, le rattachement



du micro-bassin de l'oignon de Toulouges à la ville éponyme, à la plaine du Roussillon ou au département suggère une appropriation plus réduite.

Outre ses apports dans la contextualisation des terrains d'étude et dans l'analyse, le recours au BP offre le moyen d'approcher de manière transversale la production agricole et alimentaire, sans distinguer d'emblée les productions conventionnelles et biologiques, les acteurs agricoles et non agricoles, labellisés ou non par des IG. L'ensemble de la filière mais aussi les acteurs publics, de la société civile et du conseil technique indirectement impliqués dans cette filière sont pris en compte. Cela en fait une notion souple et ouverte, qui ouvre des questionnements. Elle offre, en cela, une approche complémentaire à celle de système agri-alimentaire (SAA), qui rencontre un fort écho dans la géographie et la sociologie contemporaine (Lamine *et al.*, 2010 ; Garçon, 2015). Néanmoins, à la différence du SAA, elle s'inscrit dans une histoire plus longue de la géographie et favorise une analyse spatialisée des productions agricoles et alimentaires.

La thèse invite, dès lors, à approfondir l'approche en termes de bassin de production (BP) et de micro-bassin. Le recours à une méthode compréhensive est, pour ce faire, pertinent et stimulant.

En effet, à l'instar de la ressource territoriale, le bassin de production est principalement étudié suivant une approche « macro » (Grossetti, 2006), centrée sur les interactions sociales (Sarrazin, 2016) et les dynamiques économiques (Fortunel, 2017). L'individu est considéré par sa participation au bassin et par les interactions qu'ils nouent avec les autres parties prenantes. L'analyse du point de vue de l'individu sur le bassin n'est donc pas au cœur des études sur les BP. Parmi ces dernières, certaines défendent l'intérêt de comprendre les bassins du point de vue des représentations et des identités auxquelles ils sont associés, des éléments qui ont pour point commun d'être immatériels, insaisissables et dotés d'une dimension individuelle. Ce projet reste toutefois, pour ainsi dire, à l'état embryonnaire ou d'évocation et n'ayant fait l'objet que de travaux ponctuels dissociés entre eux et ne mobilisant donc pas un seul et même lexique.

En 2003, Fortunel travaille sur la réinvention d'une identité locale et agricole par des acteurs engagés dans des cultures pérennes telles que le Café sur les plateaux du Centre Viêt Nam. (Fortunel, 2003). En 2010, Garcia recourt au BP afin d'étudier l'« identité viti-vinicole remarquable » en Bourgogne (Garcia, 2010). En 2016, Sarrazin montre la nécessité de prendre

en compte le rôle des individus et les enjeux idéels et identitaires dans la construction des BP. L'année suivante, Fortunel soutient que « le bassin de productions pourrait être un système territorial associant des dynamiques productives matérielles et immatérielles » (Fortunel, 2017). Au vu de l'emploi du conditionnel, le lien entre bassin de production et dynamiques immatérielles n'est pas démontré et *pourrait* être exploré. Afin d'appuyer son argumentation, le géographe reprend la distinction de Sarrazin entre zone et bassin de production et soutient que le bassin se caractérise par une composante culturelle et identitaire. C'est ce qui le fait passer « d'une simple "zone" à un territoire, où le savoir-faire rejoint l'être, où la filière n'est plus seulement une succession d'étapes organisées mais un système productif, où aux relations techniques et commerciales s'ajoute une identité partagée » (Fortunel, 2017). Plus récemment, Guillemin étudie, dans sa thèse, la diffusion de « l'identité sociale et professionnelle » (Guillemin, 2020) dans les bassins légumiers normands. Ce qui relève des représentations, de l'immatériel, de l'idéal, de l'identité, du subjectif, de l'individuel est, de fait, perçu par ces auteurs comme important et méritant d'être étudié. Néanmoins, en fin de compte, il n'est que rarement un objet central de leurs études à propos des bassins de production. Quand c'est le cas, c'est un lexique hétérogène qui est mobilisé.

L'approche compréhensive permet d'y remédier en fondant méthodologiquement l'étude de ces éléments. Elle permet de saisir le point de vue des acteurs individuels sur les BP et sur les dynamiques de coordination et de construction sociale des bassins de production agricole (Sarrazin, 2016). Elle est particulièrement adaptée à l'étude des micro-bassins et des zones de production où la structuration collective est moins évidente que dans un bassin. Elle permet de mettre en évidence les coordinations interindividuelles et, le cas échéant, les signes avant-coureurs d'une structuration collective ou la volonté de certains acteurs tendre vers cela. Elle offre donc une entrée alternative pour l'étude des bassins de production.

## **4.2 VERS UNE TROISIÈME SIGNIFICATION : CENTRÉE SUR LE LOCAL ET LES CIRCUITS COURTS**

La définition d'une signification territoriale révèle un rapport différencié à la production agricole et à la biodiversité cultivée et l'importance variable donnée à la sauvegarde d'écotypes locaux de telle sorte qu'elle pourrait être réexaminée dans de futures études.

Il est néanmoins difficile par ce biais de comprendre pleinement les références des acteurs à l'espace local qui peuvent paraître paradoxales. En effet, des enquêtés accordaient une forte importance à la proximité géographique entre producteurs agricoles et consommateurs et à

un approvisionnement où les distances parcourues sont réduites, sans se soucier du caractère patrimonial et identitaire de l'espace local.

De plus, en Allemagne, des enquêtés considéraient des produits comme régionaux du fait non pas de leur dimension patrimoniale ou identitaire mais de la proximité géographique des producteurs.

Dans ces conditions, il serait pertinent de montrer que tous les acteurs n'accordent pas le même sens à l'échelon local : entre un espace qui rassemble des parties prenantes proches géographiquement et un territoire reconnu pour sa dimension culturelle et identitaire. En Allemagne, cela permettrait de préciser le sens donné au terme de *Region* étant donné qu'il englobe ces deux sens (Jahl *et al.*, 2019).

L'hypothèse serait de distinguer la signification territoriale d'une « signification locale » : accorder une signification locale à la production agricole et alimentaire reviendrait à donner de l'importance moins à un terroir spécifique qu'à la proximité géographique entre les producteurs, les acteurs de la filière et les consommateurs. À la différence des produits auxquels une signification territoriale est conférée, les produits sont ici « banaux » (Delfosse 2012) et ne sont pas attachés à un territoire, à un terroir, à une IG ou à une aire géographique délimitée.

Au point de vue théorique, cela consisterait en une lecture compréhensive du phénomène de « relocalisation » (Praly *et al.*, 2014) de l'agriculture et de l'alimentation, c'est-à-dire du développement des « circuits courts et de proximité » (Chaffote & Chiffolleau, 2007) en faveur d'un rapprochement des producteurs et des consommateurs et d'un raccourcissement des distances parcourues par les denrées alimentaires (Loudiyi & Houdart, 2019). Les initiatives qui s'y rattachent tels que la vente directe, les marchés de plein vent, les AMAP et les *Solawi* rencontrent un fort écho en France et en Allemagne depuis les années 1980 (Bonnal *et al.*, 2019) et, plus encore, depuis les années 2000 (Pulliat, 2018 ; Loudiyi & Houdart, 2019). La relocalisation recouvre alors des enjeux spécifiques de justice sociale, d'autonomie alimentaire, de santé, d'éducation, d'environnement, de gouvernance (Frayssignes *et al.*, 2021). Elle apparaît comme une réaction à la montée en puissance de la grande distribution et à la mondialisation du marché des produits agricoles (Navarro, 2012).

La proposition formulée ici susciterait des discussions en rapport avec les travaux menés en SHS sur la relocalisation et les circuits courts.

En premier lieu, la proposition ouvrirait des perspectives quant à la définition de ce qui est entendu par « local » et par « circuit court » : deux termes qui conservent un flou certain dans la sphère autant scientifique qu'institutionnelle (Praly *et al.*, 2014 ; Kneafsey *et al.*, 2013). Le périmètre correspondant au « local » s'étend dans un rayon de vingt à plus de cent kilomètres. Une démarche compréhensive permettrait de saisir la manière dont des acteurs envisagent ces termes et de discuter les définitions sensiblement variables qui existent.

En second lieu, elle amènerait à se demander si la « relocalisation » et la « reterritorialisation » sont associés à des significations distinctes données à la production agricole et alimentaire : ces deux phénomènes sont-ils différenciés par les acteurs ? Le sens donné à l'espace local diffère-t-il sensiblement ? Si oui, cela permettrait-il de comprendre l'intérêt des acteurs tantôt pour des circuits de proximité, tantôt pour des produits sous IG ou de terroir ?

Plusieurs auteurs invitent effectivement à distinguer ce qui relève d'une relocalisation et d'une reterritorialisation de l'agriculteur (Guiomar, 2012). Dans la typologie déjà évoquée (cf. Conclusion du Chapitre 7, 2), Pouzenc *et al.* (2007) identifient parmi les modes de différenciation de la production agricole, le pôle « terroir » et le pôle « citoyen ». Le premier englobe, notamment, les produits de terroir et sous IG et le second ce qui relève des AMAP, du commerce équitable et solidaire, des circuits de proximité et de la vente directe. Or, les chercheurs montrent que ces deux pôles diffèrent par leur degré d'inscription dans un territoire. Dans le pôle citoyen, les acteurs se rattachent certes à un espace local mais ce dernier est entendu dans un sens générique, comme le témoin d'une proximité géographique entre acteurs. (Pouzenc *et al.*, 2007). À l'inverse, l'inscription dans un territoire est constitutive du pôle terroir et fournit aux acteurs les arguments pour valoriser leurs produits.

Une lecture compréhensive serait une voie pour approfondir la saisie du sens donné à l'espace local par les acteurs et aborder de façon originale le phénomène de relocalisation de l'agriculture et de l'alimentation.

\*\*\*

Au moment de rédiger cette conclusion, l'oignon de Toulouges ou, du moins, un oignon qui prétend l'être fait son retour sur les étals, ce qui ne peut qu'alimenter les interrogations. Un supermarché fréquenté à plusieurs reprises propose, par exemple, depuis la mi-mai 2023 des « oignons rouges de Toulouges » à 5,95€ le kilogramme, soit plus de trois fois le prix du

classique oignon jaune, alors que tout porte à croire qu'il s'agit de la variété hybride Fireking : compte tenu de la date vraisemblablement trop précoce pour un oignon de Toulouges (cf. Chapitre 6, 1.2.1), du maraîcher qui les produit et de l'étiquette apposée par ce dernier sur la caisse qui indique « oignons rouges doux » sans préciser un quelconque lien avec Toulouges. Je me garderai d'affirmer qu'il s'agit, à coup sûr, de Fireking. Là n'est pas la question.

Cela ne fait plutôt que confirmer les paradoxes qui entourent la production de cet écotype local. Il y a une forte demande dans les Pyrénées-Orientales et un consentement manifeste du consommateur à payer notablement plus cher un produit dont il reconnaît les qualités gustatives et le caractère local. Mais l'absence de protection rend possible son remplacement intentionnel ou non par une variété hybride proche et surtout bien moins coûteuse à produire, remplacement qui paraît s'être accéléré au cours-même de la thèse.

Cela suscite un sentiment d'incompréhension dont de nombreux interrogés ont témoigné : pourquoi rien n'a-t-il été fait pour éviter cela ? N'est-il désormais pas trop tard pour inverser la tendance ? Un retour au véritable écotype est-il envisageable alors qu'il est désormais possible de vendre pour le même prix du Fireking ? La réalisation de cette thèse s'inscrit dans un contexte où le maintien-même de l'écotype est jugé remis en question.

Dans ces conditions, la méthode compréhensive paraît venir à point nommé. Elle donne un sens à une situation qui semble, pour moult parties prenantes, insensée, incompréhensible voire inquiétante. En donnant à voir le sens que les acteurs donnent à l'oignon de Toulouges, elle offre des clés pour comprendre la situation actuelle de la production et met en évidence une évolution qui peut sembler paradoxale. Pour autant, un retournement en faveur de l'écotype n'est du ressort que des producteurs, des acteurs du micro-bassin et des consommateurs qui peuvent questionner la signification qu'ils accordent à l'oignon de Toulouges et le prix que peut prendre un oignon rouge et doux sur un étal. Qu'en sera-t-il de l'oignon de Toulouges ? Seule l'avenir le dira.



# **Annexes**

# ANNEXES

## 1 BIBLIOGRAPHIE

- Abdou, R., Malice, M., Bakasso, Y., Saadou, M., & Baudoin, J. P. (2014). Taxonomie locale et analyse des critères des paysans pour caractériser les différents écotypes d'oignons (*Allium cepa* L.) du Niger. *Cahiers Agricultures*, 23(3), 166-176. <https://doi.org/10.1684/agr.2014.0700>
- Abdou, R., Zakari, M., Bakasso, Y., Saadou, M., & Baudoin, J.-P. (2014). Analyse de la diversité des cultivars d'oignon (*Allium cepa* L.) du Niger en vue de leur conservation et de leur amélioration. *First Young Researchers Overseas' Day*, 16.
- Abdoulkadri, L., Aïchatou, A., Manssour, A. M., Ali, A., & Zoubeirou, A. M. (2019). Analyse de la Chaîne de Valeurs d'oignon (*Allium Cepa* L.) Blanc de Soucoucoutane au Niger. *European Scientific Journal*, 15(3). <https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n3p99>
- Adam, F. (2008). *Des noms et des lieux: La médiation toponymique au Québec et en Arcadie du Nouveau-Brunswick* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Paris IV]. <http://www.theses.fr/2008PA040049/document>
- Adam, J.-M. (1999). *Le récit* (6<sup>e</sup> éd.). PUF.
- Adda, J., Leroux, J., & Marty, F. (2015). Le modèle allemand pour la bio ? Exemple et contre-exemple avec l'organisation Bioland. *Pour*, 227(3), 123-126. <https://doi.org/10.3917/pour.227.0123>
- Aderghal, M., Casabianca, F., Landel, P. A., Michon, G., & Senil, N. (2017). L'ancrage territorial des spécificités: Regards croisés sur les arrière-pays méditerranéens. *Le Maroc et les changements climatiques: adaptation et résilience des sociétés*, 52, 357-381. <https://www.documentation.ird.fr/hor/fdi:010069915>
- Aigouy-Campoy, P., Marchand, P., & Ratinaud, P. (2019). Resémantisations du toponyme « Occitanie » dans la presse quotidienne régionale. *Pôle Sud*, 50(1), 67-88. <https://doi.org/10.3917/psud.050.0067>
- Akrich, M., Callon, M., & Latour, B. (Éds.). (2006). *Sociologie de la traduction: Textes fondateurs*. Presses des Mines. <https://doi.org/10.4000/books.pressesmines.1181>
- Alarcon, M. (2018). *Prendre soin des plantes et des sols: Caractéristiques et transformation des pratiques de care en milieu agricole* [Thèse de doctorat en Géographie, Muséum National d'Histoire Naturelle]. <http://www.theses.fr/s218047>
- Alavoine-Mornas, F. (1997). *Fruit and vegetables of typical local areas: Consumers' perception and valorization strategies through distributors and producers*. <https://doi.org/10.22004/AG.ECON.231283>
- Allain, Y.-M. (2019). La recherche du patrimoine végétal vivrier d'hier. *In Situ*, 41. <https://doi.org/10.4000/insitu.25409>
- Altieri, M. A. (Éd.). (1995). *Agroecology: The science of sustainable agriculture*. Westview Press.
- Amboise, G. d', & Audet, J. (2005). *La comparaison intersites: Une voie pour la recherche en gestion*. Presses de l'Université de Laval.
- Ambrosino, C., & Buyck, J. (2018). Le projet de sol de la métropole montagne: Grenoble, de plaines en pentes. *Revue de géographie alpine*, 106(2), <https://doi.org/10.4000/rga.4088>
- Amira, B., Saqalli, M., Maestriperi, N., & Rejeb, H. (2015). Le zonage à dire d'acteurs, un outil en faveur de l'éco-paysage: Mornag et Jebel Ressas. In *Alternatives éco paysagères dans les régions méditerranéennes*. ISA-IRESA-Université de Sousse.
- André, Y. (1998). *Enseigner les représentations spatiales*. Anthropos.

- André, Y., Bailly, A., Ferras, R., & Gumuchian, H. (1989). *Représenter l'espace l'imaginaire spatial à l'école*. Anthropos. <http://www.sudoc.fr/00146180X>
- André, Y. (Éd.). (1989). *Représenter l'espace: L'imaginaire spatial à l'école*. Anthropos.
- Angeon, V., & Fréguin-Gresh, S. (2022). Les stratégies des acteurs intermédiaires des circuits alimentaires de proximité en Guadeloupe: Vers une alimentation relocalisée? *EchoGéo*, 60. <https://doi.org/10.4000/echogeo.23227>
- Arbos, P. (1910). La plaine du Roussillon. *Annales de Géographie*, 19(104), 150-168. <https://doi.org/10.3406/geo.1910.7890>
- Arbos, P. (1933). La production des fruits et des légumes dans le Bassin d'Arcachon et le Roussillon. *Annales de Géographie*, 42(239), 549-551. [https://www.persee.fr/doc/geo\\_0003-4010\\_1933\\_num\\_42\\_239\\_10412](https://www.persee.fr/doc/geo_0003-4010_1933_num_42_239_10412)
- Arborio, A.-M. (2007). L'observation directe en sociologie: Quelques réflexions méthodologiques à propos de travaux de recherches sur le terrain hospitalier. *Recherche en soins infirmiers*, 90(3), 26-34. <https://doi.org/10.3917/rsi.090.0026>
- Armand-Balmat, C. (2002). Comportement du consommateur et produits biologiques: Le consentement à payer pour la caractéristique biologique. *Revue d'économie politique*, 112(1), 33-46. <https://doi.org/10.3917/redp.121.0033>
- Arnaud, A. (2019). *Ressentis et vécus d'individus: De la définition à la collecte de données dédiées*. 28.
- Arnaud, A. (2020). Cartes et cartographie des ressentis et représentations d'individus: État des lieux, questions sémantiques et méthodologiques. *Mappemonde*, 129. <https://doi.org/10.4000/mappemonde.4666>
- Assoumane, A. M., Robbiati, G., & Tarchiani, V. (2012). *L'oignon du Niger: Étude d'une filière traditionnelle face à un marché globalisé*. L'Harmattan.
- Atoui, B. (1996). *Toponymie et espace en Algérie* [Thèse de doctorat en Géographie, Université de Provence - Aix-Marseille I]. <https://theses.hal.science/tel-01023947>
- Autissier, V. (1994). *Jardins des villes, jardins des champs: Maraîchage en Afrique de l'Ouest, du diagnostic à l'intervention*. GRET.
- Aznar, O., Guérin, M., & Perrier-Cornet, P. (2007). Agriculture de services, services environnementaux et politiques publiques: Éléments d'analyse économique. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 4, 573-587. <https://doi.org/10.3917/reru.074.0573>
- Bachleitner, N. (2012). *Saatgut am Scheideweg Über die Koexistenz von selbständig vermehrtem Landsortensaatgut und zugekauften Hybridsaaten in einem Weinviertler Zwiebeldorf* (139 p.) [Mémoire de Master de Philosophie]. Université de Vienne. [http://othes.univie.ac.at/19185/1/2012-03-27\\_0407663.pdf](http://othes.univie.ac.at/19185/1/2012-03-27_0407663.pdf)
- Baco, M., Bello, S., & Assogba-Komlan, F. (2005). Étude socio-économique de la production et de la commercialisation de l'oignon dans l'Alibori. *Bulletin de la Recherche Agronomique du Bénin*, 47, 26-34. <https://docplayer.fr/48978514-Etude-socio-economique-de-la-production-et-de-la-commercialisation-de-l-oignon-dans-l-alibori.html>
- Badie, B. (1995). *La fin des territoires. Essai sur le désordre international et l'utilité sociale du respect*. Fayard.
- Badouin, R. (1971). *Economie rurale*. Armand Colin. <https://excerpts.numilog.com/books/9782706205941.pdf>
- Bange, C. (2012). Travail collectif en botanique et validation scientifique: Les sociétés d'échange de plantes. *Bulletin d'histoire et d'épistémologie des sciences de la vie*, 19(2), 175. <https://doi.org/10.3917/bhesv.192.0175>
- Banos, V., Gassiat, A., Girard, S., Hautdidier, B., Houdart, M., Floch, S. L., & Vernier, F. (2020). L'écologisation, mise à l'épreuve ou nouveau registre de légitimation de l'ordre territorial? *Développement durable et territoires*, 11(1), 11(1). <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.16481>



- Barataud, F., Durpoix, A., Fèche, R., Garcia, T., Mignolet, C., & Schott, C. (2019). Produire et s'alimenter localement en bio : Histoires d'engagements et de compromis collectifs. *Géocarrefour*, 93(93). <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.14065>
- Barbier, J., & Mandret-Degeilh, A. (2018). Les archives comme documents. In *Le travail sur archives* (p. 15-29). Armand Colin. <https://www.cairn.info/le-travail-sur-archives--9782200621056-p-15.htm>
- Barbier, J.-M., & Goulet, F. (2013). Moins de technique, plus de nature : Pour une heuristique des pratiques d'écologisation de l'agriculture. *Natures Sciences Sociétés*, Vol. 21(2), 200-210. <https://www.cairn.info/revue-natures-sciences-societes-2013-2-page-200.htm>
- Bardin, L. (1998). *L'analyse de contenu*. Presses Universitaires de France.
- Barel, Y. (1977). *La ville médiévale : Système social, système urbain*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Bargiel, J. (2013). *La marque d'origine. La notion de terroir appliquée aux produits d'origine américains : Le cas des oignons de Vidalia* [Mémoire de Master 2 de Géographie, Paris Sorbonne Université]. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01395674/document>
- Baritau, V., & Chazoule, C. (2018). *Légitimité et positionnement des marchés de gros dans les dynamiques de relocalisation de l'alimentation : Les cas du marché de Lyon Corbas et du MIN de Grenoble*. 34.
- Baritau, V., Houdart, M., Boutonnet, J.-P., Chazoule, C., Corniaux, C., Fleury, P., Lacombe, N., Napoléone, M., & Tourrand, J.-F. (2016). Ecological embeddedness in animal food systems (re-)localisation: A comparative analysis of initiatives in France, Morocco and Senegal. *Journal of Rural Studies*, 43, 13-26. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.11.009>
- Bartel, A., Clementi, K., Käckmeister, H., Kratz, A., & Iffrig, S. (2021). La comparaison comme méthode et objet. *Trajectoires*, 14. <https://doi.org/10.4000/trajectoires.6864>
- Barthélémy, C., Allouche, A., Armani, G., Bonnet, G., Gramaglia, C., & Nicolas, L. (2020). Écologisation des pratiques agricoles et ancrages familiaux au territoire. Une comparaison de l'utilisation des produits phytosanitaires entre Camargue et Beaujolais. *Développement durable et territoires*, 11(1). <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.16822>
- Baudelle, G., Ozouf-Marignier, M.-V., & Robic, M.-C. (2001). *Géographes en pratique (1870-1945). Le terrain, le livre, la cité*. Presses Universitaires de Rennes.
- Baysse-Lainé, A., Perrin, C., & Delfosse, C. (2018a). Le nouvel intérêt des villes intermédiaires pour les terres agricoles : Actions foncières et relocalisation alimentaire. *Géocarrefour*, 92(4), 1. <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.10417>
- Bazile, D. (2014). *Des plantes et des hommes : Regards croisés sur la biodiversité* (p. 178) [Habilitation à diriger des recherches]. Université Paul Valéry - Montpellier III. [https://agritrop.cirad.fr/573521/3/document\\_573521.pdf](https://agritrop.cirad.fr/573521/3/document_573521.pdf)
- Bazile, D., Carrié, C., Vidal, A., & Negrete Sepulveda, J. (2011). Modélisation des dynamiques spatiales liées à la culture du quinoa dans le Nord chilien. *M@ppemonde*. <https://agritrop.cirad.fr/560877/>
- Béal, V. (2012). Résoudre les tensions entre généralisation et singularité par l'écriture comparative? *Revue internationale de politique comparée*, 19(1), 39. <https://doi.org/10.3917/ripc.191.0039>
- Beck, E., & Glatron, S. (2009). Vulnérabilité socio-spatiale aux risques majeurs : L'approche du géographe. In P. A. Becerra Sylvia (Éd.), *Risques et environnement : Recherches interdisciplinaires sur la vulnérabilité des sociétés* (p. 331-346). L'Harmattan. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00511980>
- Beck, S. (2011). *La comparaison, une obscure tentation ? Réflexions sur une enquête ethnographique comparative auprès des Français de l'étranger*. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00640595>
- Benacek. (1962). *La commercialisation des fruits et légumes en Roussillon* [Mémoire de maîtrise, ESCT]. Archives départementales des Pyrénées-Orientales.

- Benoît, M., Deffontaines, J.-P., & Lardon, S. (2006). *Acteurs et territoires locaux: Vers une géoagronomie de l'aménagement*. INRA-Quae. <https://hal.inrae.fr/hal-02823818>
- Bérard, L., & Marchenay, P. (2007). *Produits de terroir—Comprendre et agir*. CNRS. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00280355>
- Bérard, L., Marchenay, P., & Delfosse, C. (2004). Les « produits de terroir » : De la recherche à l'expertise. *Ethnologie française*, 34(4), 591. <https://doi.org/10.3917/ethn.044.0591>
- Berjoan, N. (2009). L'honneur d'une langue. Les Roussillonnais et le catalan durant le premier XIXe siècle (1815-1870). *Romantisme*, 145(3), 121-135. <https://doi.org/10.3917/rom.145.0121>
- Bernard de Raymond, A. B. de. (2003). Le marché aux fruits et légumes de Rungis (entretien). *Terrains travaux*, 4(1), 82-110. <https://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2003-1-page-82.htm?contenu=resume>
- Bernard de Raymond, A. (2004). La construction d'un marché national des fruits et légumes : Entre économie, espace et droit (1896-1995). *Genèses*, 56(3), 28-50. <https://doi.org/10.3917/gen.056.0028>
- 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). <https://doi.org/10.4000/sdt.12057>
- Bernard de Raymond, A. (2013). *En toute saison: Le marché des fruits et légumes en France* (Presses universitaires de Rennes). Presses Universitaires de Rennes.
- Berthe, C., & Navarro, A. (2012). Le marché de gros de Lyon-Corbas: Un outil de distribution alimentaire privé au service des territoires. *Pour*, 215-216(3), 263-266. <https://www.cairn.info/revue-pour-2012-3-page-263.htm>
- Bessière, C. (2003). Une profession familiale: Les trois dimensions de la vocation agricole : In S. Gojard, *Charges de famille. Dépendance et parenté dans la France contemporaine* (p. 237-273). La Découverte. <https://doi.org/10.3917/dec.weber.2003.01.0237>
- Beucher, S., & Mare, M. (2021). Cadrage épistémologique de la notion de transition en sciences humaines et en géographie. *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 97(4). <https://journals.openedition.org/bagf/7154>
- Beylier, R. P., Messeghem, K., & Fort, F. (2011). Les distributeurs à la conquête de la légitimité territoriale: Le cas Carrefour. *Management & Avenir*, 44(4), 235-255. <https://doi.org/10.3917/mav.044.0235>
- Bignebat, C., Darpeix, A., & El Hadad-Gauthier, F. (2014). Chapitre 7. La filière européenne des fruits et légumes: Enjeux régionaux croisés, au nord et au sud de la Méditerranée. In *Repenser l'économie rurale* (p. 109-122). Éditions Quæ. <https://doi.org/10.3917/quae.jean.2014.01.0109>
- Billerach, N. (s. d.). *Étude agricole et sociologique sur six villages de la Salanque* [Mémoire de maîtrise en Histoire, Université de Perpignan Via Domitia]. Archives départementales des Pyrénées-Orientales.
- Birlouez, É. (2020). *Petite et grande histoire des légumes*. Éditions Quæ.
- Bondaz, J., Graezer Bideau, F., & Isnart, C. (2014). *Les vocabulaires locaux du patrimoine*. Lit. Verlag. <http://www.sudoc.fr/181607115>
- Bonin, M., Thinon, P., Caron, P., Cheylan, J.-P., & Clouet, Y. (2001). Territoire, zonage et modélisation graphique: Recherche-action et apprentissage / Territory, zoning and graph modelling: concerted applied research and training. *Géocarrefour*, 76(3), 241-252. <https://doi.org/10.3406/geoca.2001.2562>
- Bonnet, E. (2004). Risques industriels: Les territoires vulnérables de l'estuaire de la Seine. *Mappemonde*, 76(4), 6. <http://mappemonde-archives.mgm.fr/num4/articles/art04401.pdf>
- Bonnet, E., Guillot, F., Amalric, M., Cheve, M., & Travers, M. (2011). Cartographier les représentations mentales du risque industriel. Illustration avec les populations de l'estuaire de la Seine. *Acte de colloque, The 25th International Cartographic Conference (ICC)*, 11.

- Bonneuil, C. (2016). Pure lines as industrial simulacra. A cultural history of genetics from Darwin to Johanssen. In S. Müller-Wille & C. Brandt, *Heredity explored: Between public domain and experimental science, 1850-1930* (p. 213-242). The MIT press.
- Bordell, G. (1976). *Production, commercialisation des fruits et légumes deux activités complexes, en permanente mutation dans les Pyrénées-Orientales* [Mémoire de DESS en Administration du développement agricole, Faculté de droit et des sciences économiques de Montpellier].  
<http://www.sudoc.fr/012220728>
- Boutonnet, J.-P., Devautour, H., & Danflous, J.-P. (2008). Conditions d'émergence des produits de terroir en zone méditerranéenne française: Études de cas en France. In T. Y. (ed.), I. H. (ed.), & T. S. (ed.) (Éds.), *Séminaire international sur Les Produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens* (Numéro 89, p. 185-198). CIHEAM. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02192620>
- Bovermann, R. (2000). Regionen. In U. Andersen & W. Woyke, *Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland* (p. 513-516).
- Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108-119.  
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.07.003>
- Brachet, J. (2012). Géographie du mouvement, géographie en mouvement. La mobilité comme dimension du terrain dans l'étude des migrations. *Annales de géographie*, 687-688(5-6), 543-560.  
<https://doi.org/10.3917/ag.687.0543>
- Brédart, D., & Stassart, P. M. (2017). When farmers learn through dialog with their practices: A proposal for a theory of action for agricultural trajectories. *Journal of Rural Studies*, 53, 1-13.  
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.04.009>
- Breitlauch, L. (2011). *Computerspiele als Kulturgut*.
- Bressoud, F. F., Navarrete, M., & Mazollier, C. (2009). Le maraîchage et la production de légumes biologiques: Ajuster la production et la commercialisation. In C. Lamine & S. Bellon, *Transitions vers l'agriculture biologique: Pratiques et accompagnements pour des systèmes innovants* (p. 76-101). Educagri, Éditions Quæ.
- Bricas, N., Lamine, C., & Casabianca, F. (2013). Agricultures et alimentations: Des relations à repenser? *Natures Sciences Sociétés*, 21(1), 66-70. <https://doi.org/10.1051/nss/2013084>
- Brives, H., Heinisch, C., Désolé, M., Chazoule, C., & Vandenbroucke, P. (2020). Le développement de filières locales est-il gage d'une écologisation des pratiques agricoles? *Développement durable et territoires*, 11(1). <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.16546>
- Brillat-Savarin, J.-A. (1848). *Physiologie du Goût* (De Gonet).
- Bronner, A.-C. (2017). Représentations et pratiques: Des liens à questionner, des dimensions individuelles et collectives à articuler. *Actes des journées d'études de Strasbourg*, 51-57.
- Brunet, R. (1997). *La carte, mode d'emploi*. Fayard & Reclus.
- Brunet, R., Ferras, R., & Théry, H. (1992). *Les mots de la géographie: Dictionnaire critique* (Reclus, La Documentation Française).
- Brunois-Pasina, F. (2018). Savoir-vivre avec les plantes: Un vide ontologique? *Cahiers philosophiques*, 153(2), 9-24. <https://www.cairn.info/revue-cahiers-philosophiques-2018-2-page-9.htm>
- Brunori, G., Galli, F., Barjolle, D., van Broekhuizen, R., Colombo, L., Giampietro, M., Kirwan, J., Lang, T., Mathijs, E., Maye, D., de Roest, K., Rougoor, C., Schwarz, J., Schmitt, E., Smith, J., Stojanovic, Z., Tisenkopfs, T., & Touzard, J.-M. (2016). Are Local Food Chains More Sustainable than Global Food Chains? Considerations for Assessment. *Sustainability*, 8(5), 449. <https://doi.org/10.3390/su8050449>

- Brunterc'h, J.-P. (2018). Conclusion. In S. Nadiras (Éd.), *Noms de lieux, noms de personnes: La question des sources*. Publications des Archives nationales. <https://doi.org/10.4000/books.pan.1048>
- Brulard, N. (2018). *Outils d'aide à la conception de systèmes de production maraîchers urbains optimisés pour la vente en circuits courts et de proximité* [Thèse de doctorat en Génie industriel, Université Grenoble Alpes]. <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-01741853/file/TheseNBrulard-VDef.pdf>
- Buclet, N. (2015). Essai d'écologie territoriale: L'exemple d'Aussois en Savoie. In *Essai d'écologie territoriale: L'exemple d'Aussois en Savoie*. CNRS Éditions. <https://doi.org/10.4000/books.editions-cnrs.28318>
- Bui, S. (2015). *Pour une approche territoriale des transitions écologiques. Analyse de la transition vers l'agroécologie dans la Biovallée (1970-2015)* [Thèse de doctorat en Sciences sociales, AgroParisTech]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02116016/document>
- Buleon, P., & Di Méo, G. (2005). *L'espace social: Une lecture géographique des sociétés*. Armand Colin.
- Burzala-Ory, H. (2018). *L'image des légumes: Discours, représentations, et pratiques de consommation en France* [Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Bourgogne Franche-Comté]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02071265/document>
- Burzala-Ory, H., Hugol-Gential, C., & Boutaud, J.-J. (2017). L'image des légumes. *Anthropology of food*. <https://doi.org/10.4000/aof.8172>
- Caillault, S., & Marie, M. (2009). Pratiques agricoles, perceptions et représentations du paysage: Quelles articulations? Approches croisées Nord/Sud. *Norois*, 213, 9-20. <https://doi.org/10.4000/noroi.2995>
- Calbérac, Y. (2010). *Terrains de géographes, géographes de terrain. Communauté et imaginaire disciplinaires au miroir des pratiques de terrain des géographes français du XXe siècle* [Thèse de doctorat en Géographie]. Université Lumière - Lyon II.
- Calbérac, Y. (2011). *Quel sujet pour la géographie? Faire tenir ensemble le texte et le terrain*. Spatialités et modernités: lieux, milieux et territoires. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00632828>
- Candau, J., Deldrève, V., Ginelli, L., Girard, S., & Houdart, M. (2018). *Écologisation des pratiques et territorialisation des activités. Appel à contributions pour la revue Développement durable et territoires*. <https://assoeconomiepolitique.org/wp-content/plugins/download-attachments/includes/download.php?id=7588>
- Candau, J., Deuffic, P., Kuentz-Simonet, V., & Lyser, S. (2017). Entre environnement, marché et territoire: Agriculteurs en quête de sens pour leur métier. *Regards sociologiques*, 50-51, 43-82. [http://www.regards-sociologiques.fr/wp-content/uploads/2019/10/RS-50-51\\_agriculture\\_final.pdf#page=43](http://www.regards-sociologiques.fr/wp-content/uploads/2019/10/RS-50-51_agriculture_final.pdf#page=43)
- Caneill, J., & Le Bail, M. (1995). Contribution de l'agronome à la gestion d'un bassin d'approvisionnement. In F. Nicolas & E. Valceschini, *Agro-alimentaire: Une économie de la qualité* (p. 391-399). Economica.
- Canet, M.-C. (1966). *Contribution à l'étude démographique de Perpignan (1781-1799)* [D. E. S.]. Université de Montpellier.
- Caplat, J. (2016). Savoir-faire ou savoirs? *Histoire & Sociétés Rurales*, Vol. 46(2), 125-153. <https://www.cairn.info/revue-histoire-et-societes-rurales-2016-2-page-125.htm>
- Carimentrand, A., Fournier, S., Biénabe, E., Marie-Vivien, D., Sautier, D., & Cerdan, C. (2019). L'enregistrement des indications géographiques: Pour une éthique du compromis. *Éthique publique*, vol. 21, n° 1. <https://doi.org/10.4000/ethiquepublique.4541>
- Caron, P. (1997). *Zonage à dire d'acteurs du District de Naplouse—Territoires Palestiniens* (Rapport de mission du 23 février au 9 mars 1997 N° 54 ; 48 p.). CIRAD-SAR.
- Caron, P. (1999). *Connaître, représenter, planifier et agir: Le zonage à dire d'acteurs, méthodologie expérimentée dans le Nordeste du Brésil*, *Agrotrop*, 163-171

- Caron, P. (2000). *Le zonage à dire d'acteurs du municipe de Juazeiro, au Brésil: Des représentations spatiales pour comprendre, d'autres pour formaliser et décider* (CIRAD-TERA - FRA, Trad.; Agritrop: 477574; p. 18) [Document technique et de recherche]. CIRAD-TERA; Agritrop 3-aout-2022.
- Caron, P., & Sabourin, É. (2001). *Paysans du sertão: Mutations des agricultures familiales dans le nordeste du Brésil*. Éditions Quæ.
- Carrera, J. (2014). La culture catalane (J. Fontaine, Trad.). *Pôle Sud*, 40(1), 121-135.  
<https://doi.org/10.3917/psud.040.0121>
- Casabianca, F., & Sainte Marie, C. (1998). Entre logique individuelle et intégration: La « fruitière » comme modèle d'organisation pour des producteurs fermiers de charcuterie en Corse. *Études et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement*, 297-315.
- Casabianca, F., Sylvander, B., Noël, Y., Beranger, C., Coulon, J.-B., Roncin, F., Flutet, G., & Giraud, G. (2006). *Terroir et Typicité*. 8. [https://www.researchgate.net/profile/Georges-Giraud-3/publication/320075404\\_Terroir\\_et\\_Typicite\\_un\\_enjeu\\_de\\_terminologie\\_pour\\_les\\_Indications\\_Geographiques/links/5aba42eba6fdcc206605dca8/Terroir-et-Typicite-un-enjeu-de-terminologie-pour-les-Indications-Geographiques.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Georges-Giraud-3/publication/320075404_Terroir_et_Typicite_un_enjeu_de_terminologie_pour_les_Indications_Geographiques/links/5aba42eba6fdcc206605dca8/Terroir-et-Typicite-un-enjeu-de-terminologie-pour-les-Indications-Geographiques.pdf)
- Casabianca, F., & Vallerand, F. (1994). Gérer les races locales d'animaux domestiques: Une dialectique entre ressources génétiques et développement régional. *Genetics Selection Evolution*, 26(Suppl1), 343s-357s.  
<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00894074>
- Chabrat, S. (2014). *Proposition d'un cadre d'analyse associant les approches processuelle et territoriale pour étudier les démarches collectives de valorisation de la viande bovine: Le cas de l'AOP Fin gras du Mézenc*. 22. <https://www.sfer.asso.fr/source/jrсс2014/jrсс-2014-chabrat.pdf>
- Chaffotte, L., & Chiffolleau, Y. (2007). Vente directe et circuits courts: Évaluations, définitions et typologie. *Les cahiers de l'observatoire CROC*, 1.
- Chakroun, L. (2020). La permaculture au sein des dynamiques territoriales: Leviers pour une mésologisation de l'agriculture suisse. *Développement durable et territoires*, 11(1).  
<https://doi.org/10.4000/developpementdurable.14784>
- Chancé, Q. (2021). *Changement d'échelle et structuration: Une sociologie du travail marchand sur les circuits longs de légumes biologiques* [Thèse de doctorat en Sociologie, Université Paul Valéry - Montpellier III]. <http://www.theses.fr/2021MON30071/document>
- Charmillot, M., & Dayer, C. (2007). Démarche compréhensive et méthodes qualitatives: Clarifications épistémologiques. *Recherches qualitatives*, 3, 14 p. [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors\\_serie/hors\\_serie\\_v3/Charmillot\\_et\\_Dayer-FINAL2.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors_serie/hors_serie_v3/Charmillot_et_Dayer-FINAL2.pdf)
- Chazoule, C., Lafosse, G., Brulard, N., Crosnier, M., Van Dat, C., Désolé, M., Fleury, P., Fournier, S., Joyet, L., Le Velly, R., Molegnana, F., Paris, J.-L., Tabai, S., Traversac, J.-B., Trognon, L., & Devise, O. (2018). Produire et échanger dans le cadre de systèmes alimentaires du milieu: Des incertitudes aux partenariats. *Pour*, N° 234-235(2), 143. <https://doi.org/10.3917/pour.234.0143>
- Christophe, L. (1942). Le déclin d'une foire et le progrès d'une culture associée: Tournon et la production de l'oignon dans la vallée moyenne du Rhône. *Géocarrefour*, 17(3), 139-160.  
<https://doi.org/10.3406/geoca.1942.4521>
- CIRAD. (1997). *Fiche produits. Oignon* (Observatoire des marchés internationaux, p. 4). CIRAD.  
<https://agritrop.cirad.fr/464950/1/ID464950.pdf>
- Clark, L. F., & Kerr, W. A. (2017). Climate change and *terroir*: The challenge of adapting geographical indications. *The Journal of World Intellectual Property*, 20(3-4), 88-102.  
<https://doi.org/10.1111/jwip.12078>

- Claval, P. (2013). Le rôle du terrain en géographie. *Confins. Revue franco-brésilienne de géographie / Revista franco-brasilera de geografia*, 17. <https://doi.org/10.4000/confins.8373>
- Clouet, Y. (1998). *Le zonage à dire d'acteurs: Guide méthodologique. Tome 1: Le diagnostic; l'exemple de la délégation de Memzel Bouzayenne dans le gouvernorat de Sidibouzid en Tunisie* (p. 32). CIRAD-TERA.
- Clouet, Y., & Baron, V. (s. d.). *Systèmes agraires et dynamiques des producteurs. Ile de Tubuai, archipel des Australes en Polynésie française. Une approche des systèmes agraires insulaires par « zonage à dire d'acteurs »* (p. 48). CIRAD-TERA.
- Cochet, H., Devienne, S., & Dufumier, M. (2007). L'agriculture comparée, une discipline de synthèse? *Économie rurale*, 297-298, 99-112. <https://doi.org/10.4000/economierurale.2043>
- Coëffé, V. (2010). La plage, fabrique d'une touristicité idéale : *L'Information géographique*, 74(3), 51-68. <https://doi.org/10.3917/lig.743.0051>
- Cohen, A. G. (2017). Des lois agronomiques à l'enquête agroécologique. Esquisse d'une épistémologie de la variation dans les agroécosystèmes. *Tracés*, 33, 51-72. <https://doi.org/10.4000/traces.6989>
- Colletis, G., & Pecqueur, B. (1993). Intégration des espaces et quasi-intégration des firmes: Vers de nouvelles rencontres productives? *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 3, 6-7. <https://doi.org/10.4000/ei.900>
- Colletis, G., & Pecqueur, B. (1995). *Les facteurs de concurrence spatiale*. 993-1011. <https://doi.org/10.3917/reru.185.0993>
- Colletis, G., & Pecqueur, B. (2005). Révélation de ressources spécifiques et coordination située. *Économie et institutions*, 6-7. <https://doi.org/10.4000/ei.900>
- Colletis, G., & Pecqueur, B. (2018). Révélation des ressources spécifiques territoriales et inégalités de développement. Le rôle de la proximité géographique. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 5-6, 993-1011. <https://doi.org/10.3917/reru.185.0993>
- Combles, D. (1749). *L'école du jardin potager*, Bibliothèque Nationale de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k15118229>
- Compagnone, C. (2004). Agriculture raisonnée et dynamique de changement en viticulture bourguignonne: Connaissance et relations sociales. *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 3, 103. <https://hal.inrae.fr/hal-02678509>
- Compagnone, C. (2014). Les viticulteurs bourguignons et le respect de l'environnement. *Revue Française de Sociologie*, Vol. 55(2), 319-358. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-2014-2-page-319.htm>
- Compagnone, C. (2015). Saisir les pratiques agricoles respectueuses de l'environnement. Quelle posture du sociologue face à l'agronome? *Sciences de la société*, 96. <https://doi.org/10.4000/sds.3686>
- Compagnone, C. (2019). Conclusion. In *Sociologie des changements de pratiques en agriculture: L'apport de l'étude des réseaux de dialogues entre pairs* (p. 125-140). Éditions Quæ. <http://books.openedition.org/quæ/29925>
- Compagnone, C., Lamine, C., & Dupré, L. (2018). La production et la circulation des connaissances en agriculture interrogées par l'agro-écologie: De l'ancien et du nouveau. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 12,2(2), 111. <https://doi.org/10.3917/rac.039.0111>
- Compagnone, C., & Pribetich, J. (2017). Quand l'abandon du labour interroge les manières d'être agriculteur. *Revue Française de Socio-Economie*, n° 18(1), 101-121. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-socio-economie-2017-1-page-101.htm>
- Compagnone, C., & Sigwalt, A. (2013). Les sols dans la tête Pratiques et conceptions des sols d'agriculteurs vendéens. *Étude et Gestion des Sols*, 16.

- Corbin, A. (1991). Arlette Farge, Le goût de l'archive. *Annales*, 46(3), 595-597.  
[https://www.persee.fr/doc/ahess\\_0395-2649\\_1991\\_num\\_46\\_3\\_278966\\_t1\\_0595\\_0000\\_000](https://www.persee.fr/doc/ahess_0395-2649_1991_num_46_3_278966_t1_0595_0000_000)
- Cornilleau, X. (2015). *De quelles façons le circuit de commercialisation peut-il influencer l'organisation interne du travail au sein de l'exploitation fruitière ? L'exemple de la filière pomme en France* (p. 37 + annexes) [Mémoire de Master 2 en Sciences Agricoles, Laboratoire d'Études et de Recherches en Économie (LERECO)]. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01205514>
- Crawford, D. (1973). Garlic-growing and agricultural specialisation in Graeco-Roman Egypt. *Chronique d'Égypte*, 48, 350-363.
- D'Alessandro, S., & Soumah, A. (2008). *Évaluation sous-régionale de la chaîne de valeurs oignon/échalote en Afrique de l'Ouest* (p. 58). Abt Associates Inc.
- Dagna, M. (2006). *Les effets de la réappropriation de la culture du « Violet de Galmi », par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua (Niger), sur la dynamique du territoire local, l'organisation sociale et économique* [Thèse de doctorat en Études rurales, Université de Toulouse Le Mirail]. [https://www.inter-reseaux.org/wp-content/uploads/pdf\\_These\\_Moumouni\\_Assane.pdf](https://www.inter-reseaux.org/wp-content/uploads/pdf_These_Moumouni_Assane.pdf)
- Dany, L. (2016). Analyse qualitative du contenu des représentations sociales. In G. Lo Monaco, S. Delouée, & P. Rateau, *Les représentations sociales* (p. 85-102). de Boeck. <https://hal-amu.archives-ouvertes.fr/hal-01648424/document>
- Darré, J.-P. (1984). La production des normes au sein d'un réseau professionnel : L'exemple d'un groupe d'éleveurs. *Sociologie du Travail*, 26(2), 141-156. <https://doi.org/10.3406/sotra.1984.2058>
- Darré, J.-P. (1993). IV. Construction des choses et sens des actes. Buts et moyens de l'analyse du dialogue entre J. Lasseur et Aimé A. *Études rurales*, 131(1), 153-163. <https://doi.org/10.3406/rural.1993.4779>
- Darré, J.-P. (1996). *L'invention des pratiques dans l'agriculture : Vulgarisation et production locale de connaissance*. Éditions Karthala.
- David, O. (1999). *Les réseaux marchands africains face à l'approvisionnement d'Abidjan : Le commerce régional de l'oignon (Allium cepa L.) : Niger—Burkina Faso—Côte d'Ivoire* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Paris 10].
- David, O., & Moustier, P. (1998). « Lorsque le gros maigrît, le maigre meurt » : L'organisation du commerce de l'oignon en Afrique de l'Ouest. *Échanges transfrontaliers et intégration régionale en Afrique subsaharienne*, 105-122. <https://www.documentation.ird.fr/hor/fdi:010014754>
- Debarbieux, B. (2014). Enracinement – Ancrage – Amarrage : Raviver les métaphores : *L'Espace géographique*, 43(1), 68-80. <https://doi.org/10.3917/eg.431.0068>
- Dedeire, M. (1997). *Le concept d'agriculture de terroir* [Thèse de doctorat en Économie, Université Michel de Montaigne - Bordeaux III]. <http://www.theses.fr/1997MON10036>
- Dejardin, M. (2006). Compétitivité structurelle. *Reflets et perspectives de la vie économique*, XLV(1), 5. <https://doi.org/10.3917/rpve.451.05>
- de La Haye Saint Hilaire, L., Schmitt, G., & Margetic, C. (2021). Pour une analyse du discours en géographie : Les paradigmes du foncier agricole dans deux agglomérations du Nord de la France. *Belgeo*, 2. <https://doi.org/10.4000/belgeo.48593>
- Delfosse, C. (2011). La patrimonialisation des produits dits de terroir. *Anthropology of food*, 8. <https://doi.org/10.4000/aof.6772>
- Delfosse, C. (2012). La France et ses terroirs. Un siècle de débats sur les produits et leurs liens à l'espace. *Pour*, N° 215-216(3), 63-74. <https://www.cairn.info/revue-pour-2012-3-page-63.htm>
- Delfosse, C., & Bernard, C. (2007). Vente directe et terroir. *Méditerranée*, 109, 23-29. <https://doi.org/10.4000/mediterranee.108>

- Delon, J. (1993). Essai sur la statistique du département des Pyrénées-Orientales. Le Roussillon après la Révolution. *Bulletin de la SASL des Pyrénées-Orientales*, 101.
- Delpech, F. (1997). *Les confréries de jardiniers à Perpignan au XVIIIème siècle* [Mémoire de maîtrise en Histoire, Université de Perpignan]. <http://www.sudoc.fr/220108668>
- Demazière, D. (2007). À qui peut-on se fier ? Les sociologues et la parole des interviewés. *Langage et société*, 121-122(3-4), 85-100. <https://doi.org/10.3917/lis.121.0085>
- Demazière, D., Giraud, O., & Lallement, M. (2013). Comparer. Options et inflexions d'une pratique de recherche. *Sociologie du Travail*, 55(2), 136-151. <https://doi.org/10.1016/j.soctra.2013.03.016>
- Demeulenaere, P. (2012). L'interprétation des terrains et le recours à des propositions théoriques. *L'Année sociologique*, 62(1), 67-91. <https://www.cairn.info/journal-l-annee-sociologique-2012-1-page-67.htm>
- Demeulenaere, E., & Bonneuil, C. (2010). Cultiver la biodiversité. Semences et identité paysanne. In B. Hervieu, N. Mayer, & P. Muller (Éds.), *Les mondes agricoles en politique. De la fin des paysans au retour de la question agricole* (Presses de Sciences Po, p. 73-92). Presses de Sciences Po. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00528010>
- Demeulenaere, E., & Bonneuil, C. (2011). Des Semences en partage. *Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques*, 57, <https://doi.org/10.4000/tc.5902>
- Demeulenaere, É., & Goulet, F. (2012). Du singulier au collectif: Agriculteurs et objets de la nature dans les réseaux d'agricultures « alternatives ». *Terrains & travaux*, n° 20(1), 121. <https://doi.org/10.3917/tt.020.0121>
- Denoël, M., Lazaro, L., & Blache, A. (2016). *Les Docteur-e-s de Dynamiques Rurales—Une analyse statistique et géographique des thèses soutenues à Dynamiques Rurales entre 1995 et 2016* (Poster : La renaissance rurale d'un siècle à l'autre?, 1 p.). <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01540031/document>
- Desboeufs, J. (1935). *L'industrie des primeurs dans les Pyrénées-Orientales* [Thèse de doctorat, Université de Toulouse]. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9792237b>
- d'Ercole, R., & Rançon, J.-P. (1999). Représentation des risques liés à une éruption de la montagne Pelée, Martinique. Confrontation des points de vue des populations proches (Saint-Pierre, Le Prêcheur et Le Morne-Rouge) et des volcanologues. In G. Caraïbe (Éd.), *Les Antilles, Terres à risques* (p. 165-182). Éditions Karthala. [https://www.academia.edu/20058239/Repr%C3%A9sentation\\_des\\_risques\\_li%C3%A9s\\_%C3%A0\\_une\\_%C3%A9ruption\\_de\\_la\\_montagne\\_Pel%C3%A9e\\_Martinique\\_Confrontation\\_des\\_points\\_de\\_vue\\_des\\_p%C3%94populations\\_proches\\_Saint-Pierre\\_Le\\_Pr%C3%AAcheur\\_et\\_Le\\_Morne-Rouge\\_et\\_des\\_volcanologues](https://www.academia.edu/20058239/Repr%C3%A9sentation_des_risques_li%C3%A9s_%C3%A0_une_%C3%A9ruption_de_la_montagne_Pel%C3%A9e_Martinique_Confrontation_des_points_de_vue_des_p%C3%94populations_proches_Saint-Pierre_Le_Pr%C3%AAcheur_et_Le_Morne-Rouge_et_des_volcanologues)
- Dernat, S., Bronner, A.-C., Depeau, S., Dias, P., Lardon, S., & Ramadier, T. (2017). *Représentations sociocognitives de l'espace géographique. Actes des journées d'études de Strasbourg*. Réseau Cartotête.
- Descola, P., & Charbonnier, P. (2017). *La composition des mondes* (Flammarion). Flammarion.
- de Verdalle, L., Vigour, C., & Le Bianic, T. (2012). S'inscrire dans une démarche comparative: Enjeux et controverses. *Terrains & travaux*, N° 21(2), 5. <https://doi.org/10.3917/tt.021.0005>
- Dewey, J., & Savidan, P. (2014). *La quête de certitude: Une étude de la relation entre connaissance et action*. Gallimard.
- Di Méo, G. (1990). De l'espace subjectif à l'espace objectif: L'itinéraire du labyrinthe. *L'Espace géographique*, 19(4), 359-373. <https://doi.org/10.3406/spgeo.1990.3020>
- Di Méo, G. (1994). Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle : *Espaces et sociétés*, 78(4), 15-34. <https://doi.org/10.3917/esp.1994.78.0015>
- Di Méo, G. (Éd.). (1996). *Les territoires du quotidien*. L'Harmattan.



- Di Méo, G. (2004). Une géographie sociale dans le triangle des rapports hommes, sociétés, espaces (A social geography in the triangle of the relationships between men, societies, spaces). *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 81(2), 193-204. <https://doi.org/10.3406/bagf.2004.2382>
- Di Méo, G. (2008). Une géographie sociale entre représentations et action. *Montagnes méditerranéennes et développement territorial*, 23, 13-21. <https://shs.hal.science/halshs-00281573>
- Dias, P. (2016). *Les représentations spatiales de la ville et les mobilités quotidiennes au prisme des positions sociales* [Thèse de doctorat en Psychologie sociale et environnementale, Université de Strasbourg]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01354367>
- Diry, J.-P. (1997). Filières agro-alimentaires et bassins de production dans les pays développés (Agri-business channels and production areas in the developed countries). *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 74(4), 434-443. <https://doi.org/10.3406/bagf.1997.2005>
- Disson, F. (2019). La patrimonialisation des produits du terroir à travers quelques musées consacrés au cognac et au vin en Nouvelle-Aquitaine. *In Situ*, 41. <https://doi.org/10.4000/insitu.27116>
- Dorion, H., & Poirier, J. (1975). *Lexique des termes utiles à l'étude des noms de lieux*. Presses de l'Université de Laval.
- Dossa, F. (2018). Onion (*Allium Cepa*) Production in Urban and Peri-Urban Areas : Financial Performance and Importance of This Activity for Market Gardeners in Southern Benin. *Current Investigations in Agriculture and Current Research*, 3(2). <https://doi.org/10.32474/CIACR.2018.03.000159>
- Downs, R. M., & Stea, D. (2011). Cognitive Maps and Spatial Behaviour: Process and Products. In M. Dodge, R. Kitchin, & C. Perkins (Éds.), *The Map Reader* (1<sup>re</sup> éd., p. 312-317). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9780470979587.ch41>
- Drouin, M., Morisset, L. K., & Rautenberg, M. (2019). *Les confins du patrimoine*. Presses de l'Université du Québec.
- Druguet, A. (2010). *De l'invention des paysages à la construction des territoires: Les terrasses des Ifugaos (Philippines) et des Cévenols (France)* [Thèse de doctorat en anthropologie sociale et ethnologie, Muséum National d'Histoire Naturelle]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00543861/document>
- Druguet, A. (2012). Les productions locales: Une alternative au productivisme mondialisé? *L'Homme la Société*, n° 183-184(1), 97-124. <https://www.cairn.info/revue-l-homme-et-la-societe-2012-1-page-97.htm>
- Dubuisson-Quellier, S. (2003). Confiance et qualité des produits alimentaires: Une approche par la sociologie des relations marchandes. *Sociologie du travail*, 45(1), <https://doi.org/10.4000/sdt.30978>
- Dumont, A. (2017). *Analyse systémique des conditions de travail et d'emploi dans la production de légumes pour le marché du frais en Région wallonne (Belgique), dans une perspective de transition agroécologique* [Thèse de doctorat, Université Catholique de Louvain]. <https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal:192704>
- Durand, C. (2016). *L'émergence des indications géographiques dans les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaire. Une analyse croisée entre l'Indonésie et le Vietnam* [Thèse de doctorat en Économie, SupAgro Montpellier]. [https://theses.hal.science/tel-01825787/preview/16-0043\\_Durand.pdf](https://theses.hal.science/tel-01825787/preview/16-0043_Durand.pdf)
- Dürnwächter, L. (1923). *Die Bamberger Gärtnerei* [Thèse de doctorat en Agronomie, Bayerische Technische Hochschule München]. Staatsbibliothek Bamberg.
- Duru, M., Fares, M., & Therond, O. (2014). A conceptual framework for thinking now (and organising tomorrow) the agroecological transition at the level of the territory. *Cahiers Agricultures*, 23(2), 84-95. <https://doi.org/10.1684/agr.2014.0691>
- Ermisse, G. (1994). *Les émotions*. Éditions Terrain. <https://doi.org/10.4000/terrain.652>

- Eychenne, C. (de) (2008). Les éleveurs et l'estive : Pour une approche compréhensive des pratiques pastorales. *Natures Sciences Sociétés*, 16(2), 131-138. <https://doi.org/10.1051/nss:2008033>
- FAO. (2010). *The Second Report on the State of the World's Plant Genetic Resources for Food and Agriculture* (p. 398). <https://www.fao.org/news/story/fr/item/46804/icode/>
- FAO. (2012). *World onion production*. Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture.
- Farge, A. (1997). *Le goût de l'archive*. Éditions du Seuil.
- Fauteux, M. (1977). Représentation de la ville. *Cahiers de géographie du Québec*, 21(52), 83-103. <https://doi.org/10.7202/021354ar>
- Fernandez, L. (2021). Chapitre 10. L'observation. In *Les méthodes qualitatives en psychologie clinique et psychopathologie* (p. 161-177). Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.casti.2021.01.0161>
- Filser, M., des Garets, V., & Paché, G. (2020). Chapitre 1. Les formes de vente au détail. In *La distribution : Vol. 3e éd.* (p. 19-62). EMS Éditions. <https://www.cairn.info/la-distribution--9782376873389-p-19.htm>
- Flamein, H., & Eshkol-Taravella, I. (2020). De la parole à la carte : Repérage, analyse et visualisation automatique de la perception d'une ville. *SHS Web of Conferences*, 78. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207811003>
- Flamein, H., & Eshkol-Taravella, I. (2021). Exploitation du corpus Enquêtes sociolinguistiques à Orléans (ESLO) par les outils du traitement automatique des langues et de la géomatique. *Humanités numériques*, 3. <https://doi.org/10.4000/revuehn.1911>
- Flandrin, J.-L. (1983). La diversité des goûts et des pratiques alimentaires en Europe du XVIe au XVIIIe siècle. *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 30(1), 66-83. <https://doi.org/10.3406/rhmc.1983.1223>
- Fleury, A. (2008). Croiser les terrains en géographie. *À travers l'espace de la méthode: les dimensions du terrain en géographie*. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00358339>
- Fleury, P., Chazoule, C., & Peigné, J. (2014). Ruptures et transversalités entre agriculture biologique et agriculture de conservation. *Économie rurale*, 339-340, 95-112. <https://doi.org/10.4000/economierurale.4247>
- Fonte, M. (2008). Knowledge, Food and Place. A Way of Producing, a Way of Knowing. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 200-222. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00462.x>
- Fortunel, F. (2003). *L'État, les paysanneries et les cultures commerciales pérennes dans les plateaux du Centre Viêt Nam: L'autochtonie en quête de territoires* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Toulouse II Le Mirail]. <https://theses.hal.science/tel-00547703>
- Fortunel, F. (2017). Le bassin de production agricole, du singulier aux territoires pluriels. In R. Vieira-Medeiros & M. Lindler (Éds.), *Dinâmica do espaço agrário: Velhos e novos territórios* (Evangraf, p. 83-97). Evangraf. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01494794>
- Fortunel, F., Vieira-Medeiros, R., & Verdun, R. (2018). Construction sociale du bassin rizicole au Rio Grande do Sul (Brésil). *Cahiers d'Outre-Mer*, 71(278), 269-289. <https://doi.org/10.4000/com.9150>
- Fournier, S., Biénabe, E., Marie-Vivien, D., Durand, C., Sautier, D., & Cerdan, C. (2018). Les indications géographiques au regard de la théorie des communs. *Revue internationale des études du développement*, 233(1), 139-162. <https://doi.org/10.3917/ried.233.0139>
- Foyer, J. (2018). Synchrétisme des savoirs dans la viticulture biodynamique : Incorporation dans l'expérience et le sensible et trajectoire initiatique. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 12,2(2), 289. <https://doi.org/10.3917/rac.039.0289>
- Frayssignes, J. (2005). *Les AOC dans le développement territorial, une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères* [Thèse de doctorat en Géographie, Institut National Polytechnique de Toulouse]. <https://oatao.univ-toulouse.fr/7637/1/frayssignes.pdf>

- François, H. (2008). Durabilité des ressources territoriales et tourisme durable: Vers quelle convergence ? *Géographie, économie, société*, 10(1), 133-152. <https://doi.org/10.3166/ges.10.133-152>
- François, H., Hirczak, M., & Senil, N. (2006). Territoire et patrimoine: La co-construction d'une dynamique et de ses ressources. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 5, 683-700. <https://doi.org/10.3917/reru.065.0683>
- Frayssignes, J., Pouzenc, M., & Olivier-Salvagnac, V. (2021). La relocalisation de l'agriculture: Entre dimension spatiale et représentations des acteurs. Le cas des circuits courts collectifs. *Développement durable et territoires*, 12(1), <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.18584>
- Frémont, A. (1980). L'espace vécu et la notion de région. *Travaux de l'Institut Géographique de Reims*, 41(1), 47-58. <https://doi.org/10.3406/tigr.1980.1081>
- Frémont, A. (2007). À propos de la notion de ressource territoriale. Une histoire normande. In Gumuchian & Pecqueur, *La ressource territoriale* (p. 19-32). Economica.
- Frémont, A. (2015). *La région, espace vécu*. Flammarion.
- Friedheim, E. (2014). Un oignon de l'idolâtrie ou la dimension historique d'un vocable talmudique. *Revue des études juives*, 173, 1-14.
- Fromageot, A. (2003). *Vallées maraîchères, économies vivières: Étude géographique de l'essor du maraîchage marchand dans les campagnes du nord de la Côte d'Ivoire et de l'ouest du Burkina Faso* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Panthéon-Sorbonne - Paris 1]. <http://www.theses.fr/2003PA010662>
- Galochet, M., & Masson, É. (2022). Les terrains de la géographie. *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 99(2). <https://journals.openedition.org/bagf/9309>
- Garcia, J.-P. (2010). *Les « climats » du Vignoble de Bourgogne comme patrimoine mondial de l'humanité*. Éditions universitaires de Dijon.
- Garçon, L. (2012). La mobilisation d'acteurs autour de biens ordinaires requalifiés: Un exemple en Ligurie. *Pour*, 215-216(3), 161-168. <https://www.cairn.info/revue-pour-2012-3-page-161.htm>
- Garçon, L. (2015). *Réinventer les pommes et les pommes de terre. Une géographie de la qualité à l'épreuve des produits ordinaires* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Lumière - Lyon II]. [http://www.quarantina.it/wp-content/uploads/2018/05/These\\_Garcon\\_2015.pdf](http://www.quarantina.it/wp-content/uploads/2018/05/These_Garcon_2015.pdf)
- Garçon, L. (2019). Bringing terroir back to the roots? A methodological proposal for studying local food products. *British Food Journal*, 121(12), 3089-3101. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2019-0243>
- Gasselin, P., Lardon, S., Cerdan, C., Loudiyi, S., & Sautier, D. (Éds.). (2021). *Coexistence et confrontation des modèles agricoles et alimentaires*. Éditions Quæ. <https://doi.org/10.35690/978-2-7592-3243-7>
- Germaine, M.-A. (2011). Apport de l'analyse de discours pour renseigner les représentations paysagères et les demandes d'environnement. Exemple des vallées du nord-ouest de la France. *Annales de géographie*, 682(6), 629-650. <https://doi.org/10.3917/ag.682.0629>
- Gervasoni, Q. (2021). Pourquoi étudier des objets futiles? [Billet]. *Pokémon Doctorate*. <https://pkd.hypotheses.org/487>
- Ghorra-Gobin, C., Moriniaux, V., & Hugonie, G. (2007). Le « terrain » en géographie culturelle ou l'impératif d'un effort de théorisation (Fieldwork in cultural geography or the need for a theory). *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 84(4), 465-473. <https://doi.org/10.3406/bagf.2007.2586>
- Gibault, G. (1912). Oignon. In *Histoire des légumes* (p. 161). Librairie horticole. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6422705t>
- Giraud, O. (2004). La comparaison comme opération de réduction de la complexité.: Le cas de la formation professionnelle. *Revue internationale de politique comparée*, 11(3), 349. <https://doi.org/10.3917/ripc.113.0349>

- Giraud, O. (2012). Les défis de la comparaison à l'âge de la globalisation: Pour une approche centrée sur les cas les plus différents inspirée de Clifford Geertz. *Critique internationale*, 57(4), 89. <https://doi.org/10.3917/cii.057.0089>
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2009). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research* (Aldine). Aldine.
- Glasze, G., Füller, H., Husseini de Araujo, S., & Boris, M. (2014). Regionalforschung in der Geographie und interdisziplinäre areas studies nach dem cultural turn: Eine Einführung. *Geographische Zeitschrift*, 102, 1-6.
- Glatron, S. (2009). *Représentations cognitives et spatiales des risques et des nuisances pour les citoyens* [Habilitation à diriger des recherches en Géographie, Université de Strasbourg]. <https://theses.hal.science/tel-00565920>
- Gongault, R. G. (2020). *Incidences des principales productions végétales consommées et des habitudes alimentaires dans la dynamique intra et péri-urbaine de Brazzaville* [Thèse de doctorat en Géographie, Université de Strasbourg]. <https://theses.hal.science/tel-03717816>
- Gonthier, F. (2004). Weber et la notion de « compréhension ». *Cahiers internationaux de sociologie*, 116(1), 35-54. <https://doi.org/10.3917/cis.116.0035>
- Goulet, F. (2011). Les objets de la nature, les pratiques agricoles et leur mise en œuvre. In P. Béguin, B. Dedieu, & É. Sabourin, *Le travail en agriculture: Son organisation et ses valeurs face à l'innovation* (p. 53-69). L'Harmattan.
- Goulet, F., & Chiffolleau, Y. (2006). *Réseaux d'agriculteurs autour de l'agriculture de conservation en France: Échanges de savoirs et identités* (France) [Conference\_item]. Troisièmes rencontres méditerranéennes du semis direct: actes = Third Mediterranean meeting on no tillage: proceedings; CIHEAM-IAMZ. <https://agritrop.cirad.fr/552917/>
- Gourou, P. (1984). *Riz et civilisation*. Fayard.
- Graby, A., & Guillemain, P. (2016). De l'approvisionnement en légumes d'un marché de plein-vent aux débouchés commerciaux de ses maraîchers: L'exemple du marché Saint-Sauveur à Caen. *Pour*, 229(1), 7-19. <https://doi.org/10.3917/pour.229.0007>
- Grassi, V. (2005). *Introduction à la sociologie de l'imaginaire*. ERES. <https://doi.org/10.3917/eres.grass.2005.01>
- Gravari-Barbas, M. (Éd.). (2003). *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du XXIe siècle*. Presses de l'Université de Paris-Sorbonne.
- Gremmer, P., Hempel, C., Hamm, U., & Busch, C. (2016). *Zielkonflikt beim Lebensmitteleinkauf: Konventionell regional, ökologisch regional oder ökologisch aus entfernteren Regionen?* (p. 136). Universität Kassel.
- Grossetti, M. (2006). Trois échelles d'action et d'analyse. *L'Année sociologique*, 56(2), 285-307. <https://www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2006-2-page-285.htm>
- Grossetti, M. (2012). Plus largement, les sciences sociales.... *SociologieS*. <https://doi.org/10.4000/sociologies.3788>
- Grossetti, M. (2022). À la recherche d'une ontologie robuste. In *Matière sociale* (p. 7-35). Hermann. <https://www.cairn.info/matiere-sociale--9791037013507-p-7.htm>
- Gueben-Venièrre, S. (2011). En quoi les cartes mentales, appliquées à l'environnement littoral, aident-elles au recueil et à l'analyse des représentations spatiales? *EchoGéo*, 17. <https://doi.org/10.4000/echogeo.12573>
- Guétat-Bernard, H. (2007). *Développement, mobilités spatiales, rapport de genre: Une lecture des dynamiques des ruralités contemporaines (Inde du sud, Ouest Cameroun, Amazonie brésilienne)* [Habilitation à

diriger des recherches en Géographie, Université de Toulouse Le Mirail].  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16202.39364>

- Guillemin, P. (2016). L'aire urbaine de Nantes : Une mine de légumes. *Pour*, 232(4), 5.  
<https://doi.org/10.3917/pour.232.0005>
- Guillemin, P. (2020). *Les mondes légumiers et maraîchers en Normandie: Hétérogénéité sociale et renouvellement de filières agricoles et alimentaires* [Thèse de doctorat en Géographie, Normandie Université]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03121125/document>
- Guinard, P. (2019). Chapitre 3. Géographies culturelles: Quelles méthodes ? In *Géographies culturelles* (p. 49-67). Armand Colin. <https://www.cairn.info/geographies-culturelles--9782200622183-p-49.htm>
- Guinard, P., & Tratnjek, B. (2016). Géographies, géographes et émotions: Retour sur une amnésie... passagère ? *Carnets de géographes*, 9. <https://doi.org/10.4000/cdg.605>
- Guiomar, X. (2012). De la reterritorialisation à la relocalisation des filières, avec ou sans terroir. *Pour*, 215-216(3), 147. <https://doi.org/10.3917/pour.215.0146>
- Guiraud, N., Laperrière, V., & Rouchier, J. (2014). Une géographie des circuits courts en région Provence-Alpes-Côte d'Azur: État des lieux et potentialités de développement. *Espace Géographique*, 4, 356.  
<https://doi.org/10.3917/eg.434.0356>
- Guiraud, N., Delfosse, C., Vandenbroucke, P., Viricel, P., & Munar, L. (2022). Les jardins dans les espaces ruraux de moyenne montagne en Auvergne Rhône-Alpes: Les révélateurs d'un rapport à l'alimentaire en recomposition. *Revue de géographie alpine*, 110(2). <https://doi.org/10.4000/rga.10824>
- Gumuchian & Pecqueur. (2007). *La ressource territoriale*. Economica.
- Hamdy, F., & El-Elimi, F. (2019). L'Oignon dans l'Égypte Ancienne. *Cahiers Caribéens d'Égyptologie*, 21, 167-182.
- Hanci, F. (2018). A Comprehensive Overview of Onion Production: Worldwide and Turkey. *Journal of Agriculture and Veterinary Sciences*, 11, 17-27. <https://doi.org/10.9790/2380-1109011727>
- Harnisch, R. (2019). Le franconien oriental. In J. Herrgen, J. E. Schmidt, & H. Fischer (Éds.), *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft: Ein internationales Handbuch der Sprachvariation* (p. 363-406). de Gruyter Mouton.
- Hassenteufel, P. (2005). De la comparaison internationale à la comparaison transnationale: Les déplacements de la construction d'objets comparatifs en matière de politiques publiques. *Revue française de science politique*, 55(1), 113. <https://doi.org/10.3917/rfsp.551.0113>
- Hassenteufel, P., & Surel, Y. (2000). Des politiques publiques comme les autres?: Construction de l'objet et outils d'analyse des politiques européennes. *Politique européenne*, 1(1), 8-24.  
<https://doi.org/10.3917/poeu.001.0008>
- Haziza, T. (2012). De l'Égypte d'Hérodote à celle de Diodore: Étude comparée des règnes des trois bâtisseurs des pyramides du plateau de Gîza. *Kentron. Revue pluridisciplinaire du monde antique*, 28.  
<https://doi.org/10.4000/kentron.1093>
- Hecquet, C. (2013). Les semences non-industrielles: Une hétérogénéité de pratiques mettant en cause le fixisme. *Les semences non-industrielles: une hétérogénéité de pratiques mettant en cause le fixisme*.
- Hégarat, T. L. (2015). *Un historique de la notion de patrimoine*. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01232019/document>
- Hérault-Fournier, C. (2013). Est-on vraiment proche en vente directe- ? Typologie des consommateurs en fonction de la proximité perçue dans trois formes de vente : AMAP, Points de vente collectifs et Marchés. *Management & Avenir*, 64(6), 167-184. <https://doi.org/10.3917/mav.064.0167>

- Hérault-Fournier, C., Merle, A., & Prigent-Simonin, A. H. (2012). Comment les consommateurs perçoivent-ils la proximité à l'égard d'un circuit court alimentaire ? *Management & Avenir*, n° 53(3), 16-33. <https://doi.org/10.3917/mav.053.0016>
- Hérin, R. (1976). *Le bassin du Segura (Sud-Est de l'Espagne): Recherches de géographie rurale* [Thèse de doctorat en Géographie]. Université de Caen Normandie.
- Hermesse, J., Hecquet, C., & Stassart, P. M. (2018). Verrouillage du système semencier et enjeux de sa réappropriation. *Études rurales*, 202(2), 8-17. <https://doi.org/10.4000/etudesrurales.14909>
- Hinnewinkel, J.-C. (2007). L'avenir du terroir: Gérer de la complexité par la gouvernance locale. *Méditerranée*, 109, 17-22. <https://doi.org/10.4000/mediterranee.106>
- Hirczak, M. (2011). L'interrelation complexe entre signes de qualité et environnement en France. *Norois*, 219, 75-88. <https://doi.org/10.4000/norois.3599>
- Hock, S. (2005). *Engagement für die Region: Initiativen der Regionalbewegung in der Region Nürnberg: Ziele, Strategien und Kooperationsmöglichkeiten: mit 41 Abbildungen und 18 Tabellen*. Selbstverlag der Fränkischen Geographischen Gesellschaft in Kommission bei Palm & Enke.
- Hottois, G. (2005). Chapitre 7. Karl Marx et le matérialisme historique dialectique. In *De la Renaissance à la Postmodernité: Vol. 3e éd.* (p. 173-190). De Boeck Supérieur. <https://www.cairn.info/de-la-renaissance-a-la-postmodernite--9782804139377-p-173.htm>
- Houellebecq, M. (2010). *La carte et le territoire*. Flammarion.
- Houssay-Holzschuch, M. (2008). Nomen est omem. Lectures des changements toponymiques. *L'Espace géographique*, 37(2), 153-159. <https://doi.org/10.3917/eg.372.0153>
- Ingold, T. (2012). Culture, nature et environnement (P. Madelin, Trad.). *Tracés*, 22. <https://doi.org/10.4000/traces.5470>
- Israël, L. (2012). L'usage des archives en sociologie. In S. Paugam, *L'enquête sociologique* (p. 167-186). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.paug.2012.01.0167>
- Jahl, M., Kammlott, C., & Schiereck, D. (2019). Regionale Wertschöpfung am Beispiel der Regionalinitiativen in Bayern. *Ökologisches Wirtschaften - Fachzeitschrift*, 33(3), 47. <https://doi.org/10.14512/OEW340347>
- Janin, C., Peyrache-Gadeau, V., Landel, P.-A., Perron, L., & Lapostolle, D. (2015). L'approche par les ressources: Pour une vision renouvelée des rapports entre économie et territoire. In *Partenariats pour le développement territorial* (p. 149-164). Éditions Quæ. <https://doi.org/10.3917/quae.torre.2015.01.0149>
- Javelle, A. (2020). L'acceptation de la part « sauvage » des plantes pour développer des systèmes maraîchers « diplomatiques ». *La Pensée écologique*, 6, 16-26. <https://doi.org/10.3917/lpe.006.0016>
- Javelle, A. (2023). Le travail avec les plantes en maraîchage. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 17(1). <https://journals.openedition.org/rac/29746#quotation>
- Javelle, A., Kazic, D., & Tassin, J. (2020). Introduction: Repenser le statut des plantes. *La Pensée écologique*, N° 6(2), 1-4. <https://www.cairn.info/revue-la-pensee-ecologique-2020-2-page-1.html>
- Javelle, A., & Tallon, H. (2016). Les maraîchers cévenols du réseau Nature et Progrès, des agriculteurs invisibles ? *Pour*, 231(3), 9-14. <https://doi.org/10.3917/pour.231.0009>
- Jeanneaux, P. (2014). *Introduction*. Éditions Quæ. <https://www.cairn.info/repenser-l-economie-rurale--9782759222735-page-9.htm>
- Jeanpert, S., & Caudron, F. (2007). *L'expérience de consommation dans les magasins d'atmosphère: Deux cas de fast-foods* (p. 25). [https://www.association-etienne-thil.com/wp-content/uploads/2018/01/18JeanpertS\\_CaudronF.pdf](https://www.association-etienne-thil.com/wp-content/uploads/2018/01/18JeanpertS_CaudronF.pdf)
- Joly, F. (1976). *La cartographie*. Presses Universitaires de France.

- Jousseau, V., & Margetic, C. (2007). Autre légume, autres lieux. La mâche dans le bassin maraîcher nantais. *Méditerranée. Revue géographique des pays méditerranéens / Journal of Mediterranean geography*, 109, Article 109. <https://doi.org/10.4000/mediterranee.84>
- Jumel, H. (2020). *Étude exploratoire sur l'impact de la covid-19 sur les exploitations de production de légumes* [Mémoire de Master 2, Université de Tours, Université de Poitiers, INRAE]. <https://hal.inrae.fr/hal-03013534>
- Kalberg, S. (2010). 2. Les règles de la méthode sociologique selon Weber: Comprendre, comparer, expliquer. In *Les idées, les valeurs et les intérêts* (p. 74-115). La Découverte. <https://www.cairn.info/les-idees-les-valeurs-et-les-interets--9782707157249-p-74.htm>
- Kastler, G., Bertrand, A., & Vanuxem, S. (2018). Des savoirs paysans. *Cahiers philosophiques*, 152(1), 37-61. <https://www.cairn.info/revue-cahiers-philosophiques-2018-1-page-37.htm>
- Kaufmann, J.-C. (2004). Écouter, comprendre, expliquer : *Recherche en soins infirmiers*, 78(3), 8-13. <https://doi.org/10.3917/rsi.078.0008>
- Kaufmann, J.-C. (2010a). *Casseroles, amour et crises: Ce que cuisiner veut dire*. Pluriel.
- Kaufmann, J.-C. (2010b). *L'invention de soi: Une théorie de l'identité*. Pluriel.
- Kaufmann, J.-C., & Singly, F. de. (2011). *L'entretien compréhensif* (3e éd). Armand Colin.
- Kazic, D. (2022). *Quand les plantes n'en font qu'à leur tête: Concevoir un monde sans production ni économie*. les Empêcheurs de penser en rond-la Découverte.
- Kébir, L. (2004). *Ressources et développement, une approche institutionnelle et territoriale* [Thèse de doctorat en Économie]. Université de Neuchâtel.
- Kébir, L., & Crévoisier, O. (2004). Dynamique des ressources et milieux innovateurs. In R. Camagni, D. Maillat, & A. Matteacioli, *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local* (p. 261-290). Gremi et Edes, Presses universitaires de Provence.
- Keech, D., & Redepenning, M. (2020). Culturalization and urban horticulture in two World Heritage cities. *Food, Culture & Society*, 23(3), 315-333. <https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1740142>
- Kerveno, Y. (2021). [Conservation du vivant] Des banques pour enrichir l'avenir. *Sesame*, 9(1), 32-36. <https://www.cairn.info/revue-sesame-2021-1-page-32.htm>
- Knafou, R. (2012). De Bali à Oléron: Les îles: Lieux et mythes du tourisme. In *Les Lieux du voyage* (p. 35-49). Le Cavalier Bleu. <https://doi.org/10.3917/lcb.knafo.2012.01.0035>
- Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balazs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Elizabeth Bos, E., Sutton, G., & Matthew Blackett, M. (2013). *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics* (p. 128). European Commission, EUR 25911 - Joint Research Centre - Institute for Prospective Technological Studies.
- Koch, K. (1873). Der Bamberger Gemüsebau. In K. Koch, *Monatsschrift des Vereines zur Beförderung des Gartenbaues in den Königl. Preussischen Staaten für Gärtneri und Pflanzenkunde* (p. 168-181). Wiegandt & Hempel.
- Korzybski, A. (2015). *Une carte n'est pas le territoire: Prolégomènes aux systèmes non-aristotéliens et à la sémantique générale* (D. Kohn, M. de Moura, & J.-C. Dernis, Éd.). Éditions de l'Eclat.
- Labau. (1884). *Bulletin de société agricole* (N° 26). Archives départementales des Pyrénées-Orientales.
- Labeyrie, V. (2013). *L'organisation sociale des plantes cultivées: Influence des échanges, représentations et pratiques sur la diversité du sorgho (Sorghum bicolor [L.] Moench) chez les peuples du mont Kenya* [Thèse de doctorat en Biologie des populations, Montpellier SupAgro]. [https://www.supagro.fr/theses/extranet/13-0041\\_Labeyrie.pdf](https://www.supagro.fr/theses/extranet/13-0041_Labeyrie.pdf)

- Lacoste, Y. (1977). *L'enquête et le terrain I*. La Découverte.  
<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5622671r/f1.double>
- Lacoste, Y. (1978). *L'enquête et le terrain II*. La Découverte.  
<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5797635m/f1.double>
- Lacoste, Y. (2003). *De la géopolitique aux paysages. Dictionnaire de la géographie*. Armand Colin.
- Lacquement, G., Born, K. M., & Hirschhausen, B. von. (2012). *Réinventer les campagnes en Allemagne: Paysages, patrimoine et développement rural*. ENS Éditions.
- Lahire, B. (2005). *L'homme pluriel*. Armand Colin.
- Lahlou, S. (2005). Peut-on changer les comportements alimentaires? *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 40(2), 91-96. [https://doi.org/10.1016/S0007-9960\(05\)80471-7](https://doi.org/10.1016/S0007-9960(05)80471-7)
- Laligant, S. (1992). "Passé et devenir de l'oignon d'Auxonne ou le trouble de l'identité". In V. Boidron, V. Guénin, & S. Laligant, *Cassis, Oignons, Cerises, Cornichons 4 produits des terroirs bourguignons*. Pierre de Bresse, Écomusée de la Bresse bourguignonne. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02365782>
- Lallau, B. (2008). Les agriculteurs africains entre vulnérabilité et résilience. Pour une approche par les capacités de la gestion des risques. *Revue Française de Socio-Économie*, 1(1), 177.  
<https://doi.org/10.3917/rfse.001.0177>
- Lallement, M. (2007). Comparer, traduire, bricoler. In J.-C. Barbier & T. Letablier, *Politiques sociales: Enjeux méthodologiques et épistémologiques des comparaisons internationales = Social policies* (p. 169-190). Lang.
- Lambert, N., & Zanin, C. (2016a). Chapitre 1. Le fond de carte. In *Manuel de cartographie* (p. 29-51). Armand Colin. <https://www.cairn.info/manuel-de-cartographie--9782200612856-p-29.htm>
- Lambert, N., & Zanin, C. (2016b). Les mots du cartographe. In *Manuel de cartographie* (p. 213-218). Armand Colin. <https://www.cairn.info/manuel-de-cartographie--9782200612856-p-213.htm>
- Lambert, N., & Zanin, C. (2016c). Introduction générale. In *Manuel de cartographie* (p. 11-15). Armand Colin. <https://www.cairn.info/manuel-de-cartographie--9782200612856-p-11.htm>
- Lamine, C. (2011). Anticiper ou temporiser: Injonctions environnementales et recompositions des identités professionnelles en céréaliculture. *Sociologie du Travail*, 53(1). <https://doi.org/10.4000/sdt.6789>
- Lamine, C. (2015). Sustainability and Resilience in Agrifood Systems: Reconnecting Agriculture, Food and the Environment: Sustainability and resilience in agrifood systems. *Sociologia Ruralis*, 55(1), 41-61.  
<https://doi.org/10.1111/soru.12061>
- Lamine, C. (2017). *La fabrique sociale de l'écologisation de l'agriculture* (p. 225 p.). Éditions la Discussion.  
<https://hal.inrae.fr/hal-02978326>
- Lamine, C., & Bellon, S. (2009). *Transitions vers l'agriculture biologique: Pratiques et accompagnements pour des systèmes innovants*. Educagri, Éditions Quæ.
- Lamine, C., Meynard, J. M., Bui, S., & Messean, A. (2010). *Réductions d'intrants: Des changements techniques, et après? Effets de verrouillage et voies d'évolution à l'échelle du système agri-alimentaire*. 15.
- Lamine, C., Brandenburg, A., & Billaud, J.-P. (2019). Dossier: Perspectives franco-brésiliennes autour de l'agroécologie - Introduction – Perspectives franco-brésiliennes autour de l'agroécologie. *Natures Sciences Sociétés*, 27(1), 3-5. <https://doi.org/10.1051/nss/2019014>
- Landais, E., Deffontaines, J.-P., & Benoît, M. (1988). Les pratiques des agriculteurs. Point de vue sur un courant nouveau de la recherche agronomique. *Études rurales*, 109(1), 125-158.  
<https://doi.org/10.3406/rural.1988.3226>



- Landel, P.-A., Gagnol, L., & Oiry-Varacca, M. (2014). Ressources territoriales et destinations touristiques: Des couples en devenir? *Revue de géographie alpine*, 102-1. <https://doi.org/10.4000/rga.2326>
- Lardon, S., Marraccini, E., Rizzo, D., & Benoît, M. (2019). *Combiner cartes à dire d'acteurs et lectures de paysage pour analyser les circuits agricoles et alimentaires de la Vallée de la Levrière Un itinéraire méthodologique innovant*. 205-217. [https://www.researchgate.net/publication/335690573\\_Combiner\\_cartes\\_a\\_dires\\_d'acteurs\\_et\\_lectures\\_de\\_paysage\\_pour\\_analyser\\_les\\_circuits\\_agricoles\\_et\\_alimentaires\\_de\\_la\\_Vallee\\_de\\_la\\_Levriere\\_Un\\_itineraire\\_methodologique\\_innovant](https://www.researchgate.net/publication/335690573_Combiner_cartes_a_dires_d'acteurs_et_lectures_de_paysage_pour_analyser_les_circuits_agricoles_et_alimentaires_de_la_Vallee_de_la_Levriere_Un_itineraire_methodologique_innovant)
- Larrère, R. (2002). Agriculture: Artificialisation ou manipulation de la nature? *Cosmopolitiques*, 1, 158-173. [https://archive.boullier.bzh/cosmopolitiques\\_com/cosmopolitiques\\_com\\_archive\\_boullier\\_bzh\\_RLarr%C3%A8re%20n%C2%B01.pdf](https://archive.boullier.bzh/cosmopolitiques_com/cosmopolitiques_com_archive_boullier_bzh_RLarr%C3%A8re%20n%C2%B01.pdf)
- Laurens, L. (2021). L'agriculture ordinaire des espaces écologisés: Entre controverses et idéalisation. Le cas du bassin de Thau. *Belgeo. Revue belge de géographie*, 2. <https://doi.org/10.4000/belgeo.48630>
- Le Gall, J. (2011). *Buenos Aires maraîchère: Une Buenos Aires bolivienne? Le complexe maraîcher de la Région métropolitaine à l'épreuve de nouveaux acteurs* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Panthéon-Sorbonne - Paris 1]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00682541/document>
- Le Guen, R., & Sigwalt, A. (1999). Le métier d'éleveur face à une politique de protection de la bio-diversité. *Économie rurale*, 249(1), 41-48. <https://doi.org/10.3406/ecoru.1999.5059>
- Lebeau, R. (1959). Michel Philipponneau, La vie rurale de la banlieue parisienne. Étude de géographie humaine. *Géocarrefour*, 34(1), 75-79. [https://www.persee.fr/doc/geoca\\_0035-113x\\_1959\\_num\\_34\\_1\\_2321](https://www.persee.fr/doc/geoca_0035-113x_1959_num_34_1_2321)
- Lécuyer, J. (2021). Patrimoine rural et développement local dans les campagnes mecklembourgeoises (Allemagne): Quelles alternatives à la périphérisation? *Belgeo. Revue belge de géographie*, 2. <https://doi.org/10.4000/belgeo.49009>
- Lefebvre, H. (2000). *La production de l'espace* (4e éd). Anthropos.
- Lefeuvre, J.-C. (1992). Biodiversité et territoires agricoles. *Économie rurale*, 208(1), 79-84. <https://doi.org/10.3406/ecoru.1992.4458>
- Lefort, I. (2003). Références scientifiques et préférences littéraires. Pour un déchiffrement brunetien. *Géocarrefour*, 78(1). <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.140>
- Lefort, I. (2012). Le terrain: L'Arlésienne des géographes? *Annales de géographie*, 687-688(5-6), 468-486. <https://doi.org/10.3917/ag.687.0468>
- Lémery, B. (2003). Les agriculteurs dans la fabrique d'une nouvelle agriculture. *Sociologie du travail*, 45(1), 9-25. <https://doi.org/10.4000/sdt.30813>
- Lemieux, C. (2012). L'écriture sociologique. In S. Paugam, *L'enquête sociologique* (p. 377-402). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.paug.2012.01.0377>
- Lenormand, P. (2014). Un instrument d'action publique pour la gouvernance Pyrénéenne: L'expérience du SIG Pyrénées. *Géographie, économie, société*, 16(1), 47-63. <https://doi.org/10.3166/ges.16.47-63>
- Lescureux, F. (2003). *Les relations des agriculteurs au terroir au travers de la vente directe et de l'accueil à la ferme: Le cas de la région des Monts de Flandre* [Thèse de doctorat en Géographie]. Université Lille 1.
- Lescureux, F. (2004). Les relations des agriculteurs au territoire au travers de la vente directe et de l'accueil à la ferme. Le cas de la région des Monts de Flandre. *Ruralia*, 15, <http://journals.openedition.org/ruralia/1054>
- Lessmeister, R. (2009). *Visionen für die Bamberger Gärtnerstadt: Interdisziplinärer Hochschul-Workshop und Symposium*. Techn. Univ. München.

- Lesur-Dumoulin, C. (2018). Circuits courts: Fonctionnement et évolution des exploitations agricoles maraîchères engagées dans des circuits courts de commercialisation dans la plaine du Roussillon et la ceinture verte de Toulouse. *Serre et Plein Champ (Pyrénées Orientales 66)*, 4-8.
- Levasseur, P., & Ortiz-Hernandez, L. (2017). Comment l'obésité infantile affecte-t-elle la réussite scolaire ? Contributions d'une analyse qualitative mise en place à Mexico. *Autrepart*, 83(3), 51-72. <https://doi.org/10.3917/autr.083.0051>
- Lévi-Strauss, C. (2010). *La pensée sauvage*. Presses Pocket.
- Lévy, J., & Lussault, M. (Éds.). (2003). *Dictionnaire de la géographie*. Belin.
- Lhopitallier, L., & Caron, P. (1999). Diversité et recomposition de l'espace rural dans le district d'Amatola, province du Cap de l'Est. *L'Espace géographique*, 28(2), 170-183. <https://doi.org/10.3406/spgeo.1999.1242>
- Loudiyi, S., & Houdart, M. (2019). L'alimentation comme levier de développement territorial? Réflexions tirées de l'analyse processuelle de deux démarches territoriales. *Économie rurale*, 367, 29-44. <https://doi.org/10.4000/economierurale.6463>
- Maïzi, P. M., & Bouche, R. (2011). Ancrage territorial et hybridation des savoir-faire au sein d'un système agroalimentaire localisé. Le cas des fromages corses. *Économie rurale*, 322, 24-38. <https://doi.org/10.4000/economierurale.2970>
- Malassis, L. (1979). *Économie agro-alimentaire*. Cujas. <http://www.sudoc.fr/001167219>
- Malorgio, G., & Felice, A. (2014). Chapitre 9. Commerce et logistique: Le cas de la filière fruits et légumes. In *MediTERRA 2014* (p. 157-182). Presses de Sciences Po. <https://doi.org/10.3917/scpo.cihea.2014.01.0157>
- Marchenay, P., & Lagarde, M.-F. (1987). *A la recherche des variétés locales de plantes cultivées. Guide méthodologique* (p. 211). PAGE-PACA, Bureau des ressources génétiques.
- Margetic, C. (2014). Des industries agroalimentaires françaises face à des enjeux majeurs. *L'Information géographique*, 78(4), 27-47. <https://www.cairn.info/revue-l-information-geographique-2014-4-page-27.htm>
- Mariani, M. (2018). *Les frontières contestées de la biodiversité culturelle: Une approche par les connaissances et les savoirs dans les produits d'origine. Le cas des fromages méditerranéens*. [Thèse de doctorat en Géographie, Université Paul Valéry - Montpellier III]. <http://www.theses.fr/2018MON30088/document>
- Marie, M., & Gouée, P. L. (2008). De la terre au sol: Des logiques de représentations individuelles aux pratiques agricoles. *Étude et Gestion des Sols*, 19-35.
- Marie-Vivien, D. (2012). 6 – Des IG sur des produits agricoles indiens: Proximité avec la France. In *La protection des indications géographiques* (p. 115-134). Éditions Quæ. <https://www.cairn.info/la-protection-des-indications-geographiques--9782759217786-p-115.htm>
- Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424-438. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- Martineau, A., & Plard, M. (2017). Le vieillissement des personnes immigrées en Maine-et-Loire. *Norois. Environnement, aménagement, société*, 244. <https://doi.org/10.4000/norois.6154>
- Marx, K. (1895). *Manifeste du parti communiste*. Ère nouvelle. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k3163449>
- Marx, K. (1844). Le travail aliéné. In *Manuscrit de 1844* (p. 51-52). Les Éditions Sociales.
- Matthey, L. (2005). Éthique, politique et esthétique du terrain: Cinq figures de l'entretien compréhensif. *Cybergeo*. <https://doi.org/10.4000/cybergeo.3426>

- Mazaud, C. (2017). « À chacun son métier », les agriculteurs face à l'offre numérique : *Sociologies pratiques*, N° 34(1), 39-47. <https://doi.org/10.3917/sopr.034.0039>
- Mazaud, C. (2019). Chapitre 1. Le numérique, quels usages pour les agriculteurs ? In *Les agriculteurs dans le mouvement de numérisation du monde* (p. 17-33). Educagri. <https://doi.org/10.3917/edagri.danie.2019.01.0017>
- Mejean, R., Meyer, C., Kaced, D., & Saqalli, M. (2018, juillet 1). Contaminations et conflits environnementaux contrastés en Amazonie équatorienne: Une approche par la cartographie participative. « *Contaminants, environnement, société et santé: de l'évaluation des risques à leur gestion* ». Colloque interdisciplinaire CESS 2018, Toulouse.
- Mercklé, P., & Octobre, S. (2015). Les enquêtés mentent-ils ? Incohérences de réponse et illusion biographique dans une enquête longitudinale sur les loisirs des adolescents. *Revue Française de Sociologie*, 56(3), 561-591. <https://doi.org/10.3917/rfs.563.0561>
- Miat, F. (1936). Sols agricoles du Roussillon. *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 7(3), 296-307. <https://doi.org/10.3406/rgpso.1936.4227>
- Michel, D. (2003). Au fil des siècles: Légumes méprisés, légumes anoblis. *Champ psychosomatique*, 29(1), 123. <https://doi.org/10.3917/cpsy.029.0123>
- Michel-Guillou, É. (2014). La représentation sociale du changement climatique: Enquête dans le sens commun, auprès de gestionnaires de l'eau. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale, Numéro 104(4)*, 647-669. <https://doi.org/10.3917/cips.104.0647>
- Michel-Guillou, É., Richard, I., & Weiss, K. (2017). Évaluation locale d'un problème global: La représentation sociale du changement climatique en France et au Groenland. *Bulletin de psychologie, Numéro 548(2)*, 117-129. <https://doi.org/10.3917/bupsy.548.0117>
- Milanovic, F. (2011). Les ressources biologiques: Enjeux transversaux de connaissance, socialisation, régulation. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 5(2), 189. <https://doi.org/10.3917/rac.013.0189>
- Millet, M. (2017). *Hommes, milieux, brebis et laits à la croisée des fromages* [Thèse de doctorat en Géographie, Université de Corse Pasquale Paoli]. <https://hal.inrae.fr/tel-02788804>
- Möhring, A., & Mack, G. (2012). *Cultures maraîchères. Modélisation de l'hétérogénéité et de l'intensité*. 8.
- Moity-Maïzi, P., & Muchnik, J. (2002). *Circulation et construction de savoir-faire: Questions pour une anthropologie des systèmes alimentaires localisés*. 11.
- Monmonier, M. S. (2006). *From Squaw Tit to Whorehouse Meadow: How maps name, claim, and inflame*. University of Chicago Press.
- Mormont, M. (2009). Globalisations et écologisations des campagnes. *Études rurales*, 183. <https://doi.org/10.4000/etudesrurales.8980>
- Morris, C., & Kirwan, J. (2011). Ecological embeddedness: An interrogation and refinement of the concept within the context of alternative food networks in the UK. *Journal of Rural Studies*, 27(3), 322-330. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2011.03.004>
- Moustier, P., & Rieutort, L. (2018). L'œnotourisme dans le vignoble provençal. Une première phase d'ancrage territorial prometteuse. *Territoires du vin*, 8. <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1352>
- Muller, C. (1977). *Les fruits et légumes dans le Calvados: Consommation, production, commerce* [Thèse de doctorat en Géographie, Université de Caen Normandie]. <https://hal-normandie-univ.archives-ouvertes.fr/tel-03687129>

- Myers, N. (2014). Conversations on Plant Sensing : Notes from the Field. *Nature Culture*, 25.  
<http://topologicalmedialab.net/wp-content/uploads/2014/11/MyersConversationsOnPlantSensingAugust31Distribution1.pdf>
- Mzoughi, N., & Napoléone, C. (2013). Introduction. L'écologisation, une voie pour reconditionner les modèles agricoles et dépasser leur simple évolution incrémentale. *Natures Sciences Sociétés*, 21(2), 161-165.  
<https://www.cairn.info/revue-natures-sciences-societes-2013-2-page-161.htm>
- Nana, W. L. (2016). *Évaluation agro-morphologique d'une collection d'accessions d'oignon (Allium cepa L.) du Burkina Faso* (p. 75) [Mémoire de fin de cycle en Ingénierie du développement rural]. Université Polytechnique de Bobo-Dioulasso. <https://beep.ird.fr/collect/upb/index/assoc/IDR-2016-NAN-EVA/IDR-2016-NAN-EVA.pdf>
- Napoléone, M., Corniaux, C., & Leclerc, B. (2015). *Voies lactées : Dynamique des bassins laitiers entre globalisation et territorialisation*. Cardère.
- Navarrete, M., Bellon, S., Geniaux, G., Lamine, C. C., Penvern, S., Sautereau, N., & Tchamitchian, M. (2012). L'écologisation des pratiques en arboriculture et maraîchage. Enjeux et perspectives de recherches. *Le Courrier de l'environnement de l'INRA*, 62, 57. <https://hal.inrae.fr/hal-02650487>
- Navarro, A. (2012). Actualité des marchés de plein vent. *Pour*, 215-216(3), 241-246.  
<https://www.cairn.info/revue-pour-2012-3-page-241.htm>
- Navarro, A. (2012). Slow Food, retour sur le succès d'une association italienne devenue internationale. *Pour*, 215-216(3), 355-360. <https://www.cairn.info/revue-pour-2012-3-page-355.htm>
- Naves, P. (2016). *Du court, du local ! Une sociologie du gouvernement de la filière fruits et légumes* [Thèse de doctorat en Sociologie]. Université de Bordeaux.
- Nicol, J.-P. (2015). Le silence des archives cache-t-il des secrets ? *Sigila*, 36(2), 93-102.  
<https://doi.org/10.3917/sigila.036.0093>
- Nozieres-Petit, M.-O., & Lauvie, A. (2018). Diversité des contributions des systèmes d'élevage de races locales. Les points de vue des éleveurs de trois races ovines méditerranéennes. *Cahiers Agricultures*, 27(6), 65003. <https://doi.org/10.1051/cagri/2018039>
- Olivier de Sardan, J.-P. (2008). *La rigueur du qualitatif : Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*. Academia-Bruylant.
- Oulebsir, N. (2015). Frontières du patrimoine: Circulation des savoirs, des objets et oeuvres d'art [Carnets de recherche Hypothèses]. *EHESS*. <https://www.ehess.fr/fr/colloque/fronti%C3%A8res-patrimoine-circulation-savoirs-objets-et-oeuvres-dart>
- Oulebsir, N., & Swenson, A. (2015). Patrimoine: Voyage des mots. Heritage, Erbe, Beni culturali, Turâth, Tigemmi. *Patrimoine et architecture : République et Canton de Genève*, 21-22, 10-23.  
<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01374788>
- Owen, L., Udall, D., Franklin, A., & Kneafsey, M. (2020). Place-Based Pathways to Sustainability: Exploring Alignment between Geographical Indications and the Concept of Agroecology Territories in Wales. *Sustainability*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12124890>
- Page, A., N'Diaye, A., Duvernoy, I., & Duru, M. (2018). *Système alimentaire territorialisé : Définition*. <https://doi.org/10.17180/J274-YR52>
- Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, 23, 147-181.  
<https://doi.org/10.7202/1002253ar>
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.  
<https://doi.org/10.3917/arco.paill.2012.01>

- Papy, F., Mathieu, N., Ferault, C., & Flamant, J.-C. (2012). Introduction. Nouveau regard sur la nature dans les campagnes d'aujourd'hui. In *Nouveaux rapports à la nature dans les campagnes* (p. 13-22). Éditions Quæ. <https://doi.org/10.3917/quae.papy.2012.01.0013>
- Paquot, T. (2011). Qu'est-ce qu'un « territoire » ? *Vie sociale*, 2(2), 23-32. <https://doi.org/10.3917/vsoc.112.0023>
- Paranthoën, J.-B. (2014). Déplacement social et entrées en agriculture. *Sociétés contemporaines*, 96(4), 51-76. <https://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2014-4-page-51.htm>
- Pareek, S., Sagar, N. A., Sharma, S., & Kumar, V. (2017). Onion (*Allium cepa* L.). In E. M. Yahia (Éd.), *Fruit and Vegetable Phytochemicals* (p. 1145-1162). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119158042.ch58>
- Pecqueur, B. (2006). Le tournant territorial de l'économie globale. *Espaces et sociétés*, 124-125(1-2), 17-32. <https://doi.org/10.3917/esp.124.0017>
- Pédelaborde, P. (1961). *L'agriculture dans les plaines alluviales de la presqu'île de Saint-Germain-en-Laye, le contact des structures rurale et urbaine*, Armand Colin. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k33623634>
- Penker, M., & Payer, H. (2005). Lebensmittel im Widerspruch zwischen regionaler Herkunft und globaler Verfügbarkeit. In *Nachhaltigkeit und Ernährung: Produktion – Handel – Konsum* (p. 174-190). Brunner, K.M., Schönberger, G.U.
- Pennington, J. A. T., & Fisher, R. A. (2009). Classification of fruits and vegetables. *Journal of Food Composition and Analysis*, 22, 23-31. <https://doi.org/10.1016/j.jfca.2008.11.012>
- Perrier, S. (2014). *Caractérisation de la diversité des exploitations productrices de légumes sur le département de la Drôme. Evaluation du degré d'écologisation des pratiques* (69 p.) [Mémoire de stage]. INRA. [https://nuxeo.u-bourgogne.fr/nuxeo/nxfile/default/6797aa5a-eeeb-4a87-86b2-890894dffd3a/file:content/PERRIER\\_Simon\\_2014.pdf](https://nuxeo.u-bourgogne.fr/nuxeo/nxfile/default/6797aa5a-eeeb-4a87-86b2-890894dffd3a/file:content/PERRIER_Simon_2014.pdf)
- Perrin, C. (2009). *Construire les campagnes méditerranéennes: Usages, aménagement et valorisations du foncier agricole périurbain en Provence et en Toscane (1950-2010)* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Aix-Marseille 1]. <http://www.theses.fr/2009AIX10008>
- Perrin, C. (2015). Pour une comparaison internationale constructiviste: Une recherche sur l'agriculture urbaine en Méditerranée. *Espaces et sociétés*, 163(4), 89-105. <https://doi.org/10.3917/esp.163.0089>
- Perrin, C., & Soulard, C.-T. (2014). Vers une gouvernance alimentaire locale reliant ville et agriculture. Le cas de Perpignan. *Géocarrefour*, 89(1-2), 125-134. <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.9456>
- Perron, C. (2015). Les efforts de patrimonialisation du passé oriental de la nation au prisme des musées « est-allemands ». *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande*, 47(2). <https://doi.org/10.4000/allemande.305>
- Pesce, S. (2019). Expliquer et comprendre. (Explaining and understanding – explicar y entender). In *Dictionnaire de sociologie clinique* (p. 278-279). Érès. <https://doi.org/10.3917/eres.vande.2019.01.0278>
- Petit, P. (2007). Sur les modalités du développement de la science économique: Quatre lignes d'interrogation. *Revue économique*, 58(5), 1081-1094. <https://doi.org/10.3917/reco.585.1081>
- Petit, S. (2019). Nature et agriculture: Représentations croisées et contingence des temps. *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 96(2). <https://doi.org/10.4000/bagf.4918>
- Peyrière, Y., Basset, E., & Clave, P. (1938). *Cultures fruitières et maraîchères dans les Pyrénées-Orientales. Étude historique, technique et économique*. Direction des services agricoles des Pyrénées-Orientales ; Archives départementales des Pyrénées-Orientales.
- Phlipponneau, (1956) *La vie rurale de la banlieue parisienne: Étude de géographie humaine*. Armand Colin. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k3348654h>

- Pichon, M. (2015). Espace vécu, perceptions, cartes mentales: L'émergence d'un intérêt pour les représentations symboliques dans la géographie française (1966-1985). *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 92(1). <https://doi.org/10.4000/bagf.502>
- Pilleboue, J. (1999). La qualité agro-alimentaire et ses territoires. *Sud-Ouest Européen*, 6(1). [https://www.persee.fr/issue/rgpso\\_1276-4930\\_1999\\_num\\_6\\_1](https://www.persee.fr/issue/rgpso_1276-4930_1999_num_6_1)
- Pilleboue, J. (2000). Les nouveaux bassins de production de la qualité agro-alimentaire: Clarification ou confusion territoriale? *Hommes et Terres du Nord*, 4(1), 202-216. <https://doi.org/10.3406/htn.2000.2740>
- Pinson, G., & Sala Pala, V. (2007). Peut-on vraiment se passer de l'entretien en sociologie de l'action publique? *Revue française de science politique*, 57(5), 555-597. <https://doi.org/10.3917/rfsp.575.0555>
- Pitrat, M., & Foury, C. (2015). *Histoires de légumes: Des origines à l'orée du XXIe siècle*. Éditions Quae.
- Plutniack, S., & Kikuchi, C. (2017). *Comparer, comparaison, comparatisme*. 7. [https://semefr.hypotheses.org/files/2017/12/20171206\\_texte-de-presentation-calendrier-1.pdf](https://semefr.hypotheses.org/files/2017/12/20171206_texte-de-presentation-calendrier-1.pdf)
- Poccard Chapuis, R., Corniaux, C., & Coulibaly, D. (2007). Dynamiques de structuration des bassins laitiers: Comparaison entre l'Amazonie brésilienne et le Mali. *Revue d'élevage et de médecine vétérinaire des pays tropicaux*, 60(1-4), 141-152. <https://doi.org/10.19182/remvt.9966>
- Poméon, T., & Fournier, S. (2010). *La construction sociale des labels liés à l'origine des produits agroalimentaires: Une conciliation entre des intérêts contradictoires? Études de cas au Mexique et en Indonésie*. 13. <https://hal.science/hal-00523051>
- Poulot, D. (2015). *Une histoire du patrimoine en Occident*. Presses Universitaires de France.
- Pouzenc, M. (2012). Les grandes surfaces alimentaires contre le territoire... Tout contre. *Pour*, 215-216(3-4), 255-261. <https://doi.org/10.3917/pour.215.0255>
- Pouzenc, M., Coquart, D., Pilleboue, J., Olivier, V., & Guibert, M. (2007). Diversification des modèles de qualité territorialisée des produits agroalimentaires: Risque ou opportunité pour les terroirs? *Méditerranée*, 109, 31-40. <https://doi.org/10.4000/mediterranee.111>
- Praly, C. (2010). *Nouvelles formes de valorisation territoriale en agriculture: Le cas de l'arboriculture de la moyenne vallée du Rhône* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Lumière - Lyon II]. [https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00617137/file/These\\_Praly\\_2010.pdf](https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00617137/file/These_Praly_2010.pdf)
- Praly, C. (2012). Fruits, quelles valorisations des liens aux lieux de production? *Pour*, 215-216(3), 131. <https://doi.org/10.3917/pour.215.0131>
- Praly, C., Chazoule, C., Delfosse, C., & Mindler, P. (2014). Les circuits de proximité, cadre d'analyse de la relocalisation des circuits alimentaires. *Géographie, économie, société*, 16(4), 455-478. <https://doi.org/10.3166/ges.16.455-478>
- Prigent-Simonin, A.-H., & Hérault-Fournier, C. (2005). The role of trust in the perception of the quality of local food products: With particular reference to direct relationships between producer and consumer. *Anthropology of food*, 4. <https://doi.org/10.4000/aof.204>
- Pulliat, G. (2018). Systèmes alimentaires et territoires: Vers la durabilité? In V. M. Marie-Luce Demeester (Éd.), *L'Agriculture durable – De la production agricole à une alimentation responsable*. Presses Universitaires d'Aix-Marseille. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01922111>
- Quéva, C. (2007). *Entre territoires et réseaux: La requalification des espaces locaux en France et en Allemagne. Jeux d'acteurs, d'échelles et de projets* [Thèse de doctorat en Géographie]. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III.
- Raffestin, C. (1986). Ecogenèse territoriale et territorialité. In F. Auriac & R. Brunet, *Espaces, jeux et enjeux* (p. 175-185). Fayard & Fondation Diderot. <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:4419>

- Ramadier, T. (2017). Conclusion. In S. Dernas, A.-C. Bronner, S. Depeau, P. Dias, S. Lardon, & T. Ramadier, *Représentations sociocognitives de l'espace géographique. Actes des journées d'études de Strasbourg* (p. 105-110). Réseau Cartotête
- Ramos, E. (2015). *L'entretien compréhensif en sociologie: Usages, pratiques, analyses*. Armand Colin.
- Rastoin, J.-L. (2000). Une brève histoire de l'industrie alimentaire. *Économie rurale*, 255(1), 61-71. <https://doi.org/10.3406/ecoru.2000.5157>
- Rastoin, J.-L., & Ghersi, G. (2010). Chapitre 3. L'analyse de filières agroalimentaires. In *Le système alimentaire mondial* (p. 121-192). Éditions Quæ. <https://doi.org/10.3917/quae.rasto.2010.01.0121>
- Rautenberg, M., Morisset, L. K., & Drouin, M. (2019). Introduction. Les changements du patrimoine. In M. Drouin, L. K. Morisset, & M. Rautenberg, *Les confins du patrimoine*. Presses de l'Université du Québec.
- Raymond, A. B. de. (2003). Le marché aux fruits et légumes de Rungis (entretien). *Terrains travaux*, 4(1), 82-110. <https://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2003-1-page-82.htm?contenu=resume>
- Ribeiro, G. (2014). Question régionale, identité nationale et émergence du monde urbain-industriel. La modernité dans l'œuvre de Paul Vidal de la Blache. *Annales de géographie*, 699(5), 1215-1238. <https://doi.org/10.3917/ag.699.1215>
- Rieutort, L. (2009). Dynamiques rurales françaises et re-territorialisation de l'agriculture. *L'Information géographique*, 73(1), 30. <https://doi.org/10.3917/lig.731.0030>
- Rieutort, L., Madeline, P., & Delfosse, C. (2018). Quelles géographies de la France rurale? *Histoire & Sociétés Rurales*, 50(2), 7-30. <https://www.cairn.info/revue-histoire-et-societes-rurales-2018-2-page-7.htm>
- Ripoll, F. (2005). *La dimension spatiale des mouvements sociaux: Essais sur la géographie et l'action collective dans la France contemporaine à partir des mouvements de « chômeurs » et « altermondialistes »* [Thèse de doctorat en Géographie, Université de Caen Normandie]. <http://www.theses.fr/2005CAEN1435>
- Ripoll, F., & Veschambre, V. (2005). *Le territoire des géographes*. Presses universitaires de Rennes. <https://books.openedition.org/pur/https://books.openedition.org/pur/8198>
- Robert, E., & Gangneron, F. (2015). Un « SIG à dires d'acteurs »: Décryptage des vulnérabilités environnementales des agro-éleveurs et pasteurs au Bénin. *Cybergeo*. <https://doi.org/10.4000/cybergeo.27285>
- Robic M.-C. (1996). Interroger le paysage? L'enquête de terrain, sa signification dans la géographie humaine moderne (1900-1950). In C. Blanckaert, *Le Terrain des sciences humaines (XVIIIe-XXe siècle)* (p. 357-388). L'Harmattan.
- Rolland-May, C. (1987). La théorie des ensembles flous et son intérêt en géographie. *L'Espace géographique*, 16(1), 42-50. <https://doi.org/10.3406/spgeo.1987.4184>
- Roncin, F., & Boulineau, F. (2005). Valorisation des « légumes de terroir » par les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (AOP-IGP), comment est-ce réalisable? Colloque AFCEV « Les légumes: un patrimoine à transmettre et à valoriser », Angers.
- Rouget, N., Boutry, O., & Fournier, A. (2021). Dynamiques agricoles: Trajectoires vs. modèle(s)? Le cas du Douaisis. *Belgeo*, 2. <https://doi.org/10.4000/belgeo.48544>
- Roux, E., Gumuchian, H., Grasset, E., & Lajarge, R. (2003). *Les acteurs, ces oubliés du territoire* (186 p.). Economica. <https://shs.hal.science/halshs-00329376>
- Samak, M. (2014). *Un engagement par le travail? : Enquête sur les maraîchers biologiques des Alpes-Maritimes* [Thèse de doctorat en Sociologie, EHESS]. <https://www.theses.fr/2014EHES0072>
- Santana, R. A., & Oliveira, J. (1994). O zoneamento por entrevista de pessoas chaves: Proposta metodológica para subsidiar o planejamento municipal. *Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural*, 2, 1073.

- Saqalli, M., Diallo, A. H., Kaced, D., Belem, M., Iopue, R., Moussa, Y., Ducourneau, A., & Gaudou, B. (2021). Cartographie sémantique par zonage à dire d'acteurs : Le Ferlo (Sénégal) et l'observatoire de Tessekere. *VertigO*, 21(2). <https://doi.org/10.4000/vertigo.32655>
- Saqalli, M., Jourden, M., Maestriperi, N., Guillaume, S., Maire, E., Souleuth, B., Latsachach, K., Sounyafong, P., Tammahuxsa, L., Sengtaeuanghoung, O., Ribolzi, O., & Becerra, S. (2015). Backward waters, modern waters: Perception-Based Regional Mapping territory uses and water-related sanitary stakes in Luang Phabang area (Lao PDR). *Applied Geography*, 60, 184-193. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.04.001>
- Saqalli, M., Mouri, H., Becerra, S., Margot, M., Abdessamad, I., & Touati, M. (2013, octobre 29). *Perception et qualification de la contamination métallique autour de l'ancien site minier du Jebel Rerras, Tunisie : Étendue et poids par une approche spatialisée à dire d'acteurs*. Contaminations Métalliques, Sousse, Tunisie.
- Sarrazin, F. (2000). *Le développement du micro-bassin de production du chasselas de Thomery ou la figure emblématique de l'entrepreneur schumpétérien* (21 p.). Écomusée de la Courneuve.
- Sarrazin, F. (2012). Chapitre 3. L'échange social plus fort que l'échange marchand. In *Au plus près de l'assiette* (p. 63-79). Éditions Quæ. <https://www.cairn-sciences.info/au-plus-pres-de-l-assiette--9782759217809-page-63.htm>
- Sarrazin, F. (2016). *La construction sociale des bassins de production agricole : Entre facteurs de coordination et liens de coopération*. Éditions Quæ. <https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=4699632>
- Scheromm, P., Rixen, A., Laurens, L., & Soulard, C.-T. (2020). Les acteurs publics locaux et l'écologisation de l'agriculture : Entre territorialisation de l'agroécologie et écologisation des territoires. *Développement durable et territoires*, 11(1). <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.17367>
- Schmitz, S. (2021). Michaël Pouzenc, Bernard Charlery de la Masselière (dir.), « Étudier les ruralités contemporaines ». Presses universitaires du Midi, Toulouse, 2020. *Belgeo*, 2. <http://journals.openedition.org/belgeo/49263>
- Schultheis, F. (1989). Comme par raison—Comparaison n'est pas toujours raison. Pour une critique sociologique de l'usage social de la comparaison interculturelle. *Droit et société*, 11(1), 219-244. <https://doi.org/10.3406/dreso.1989.1032>
- Scorsino, C., Polge, É., & Debolini, M. (2022). Les collectifs d'agriculteurs comme soutien au renouvellement de l'activité agricole. Éléments issus de l'analyse du réseau d'un collectif paysan. *Économie rurale*, 382(4), 79-94. <https://doi.org/10.4000/economierurale.10669>
- Scott, A. J., & Leriche, F. (2018). Division du travail, développement spatial et le nouvel ordre économique mondial. *Annales de géographie*, 723-724(5-6), 635-657. <https://doi.org/10.3917/ag.723.0635>
- Sébillotte, M. (1974). Agronomie et agriculture : Essai d'analyse des tâches de l'agronome. *Cahiers ORSTOM*, 3-25. <https://www.documentation.ird.fr/hor/fdi:17681>
- Séchet, R., & Veschambre, V. (Éds.). (2006). *Penser et faire la géographie sociale : Contribution à une épistémologie de la géographie sociale*. Presses Universitaires de Rennes. <https://doi.org/10.4000/books.pur.362>
- Senil, N., Michon, G., Aderghal, M., Berriane, M., Boujrouf, S., Furt, J.-M., Moizo, B., Romagny, B., Sorba, J.-M., & Tafani, C. (2014). Le patrimoine au secours des agricultures familiales ? Éclairages méditerranéens. *Revue Tiers Monde*, 220(4), 137-158. <https://doi.org/10.3917/rm.220.0139>
- Serra Mallol, C. (2016). L'observation du local globalisé. L'exemple de l'espace social alimentaire polynésien. *Espaces et sociétés*, 164-165(1), 85. <https://doi.org/10.3917/esp.164.0085>



- Sirach, R. (1974). *La coopération agricole dans l'économie des fruits et légumes des Pyrénées-Orientales* [Mémoire de maîtrise en Géographie]. Université Paul Valéry - Montpellier III.
- Solère-Sangla, M.-H. (2019). *L'invention d'une Méditerranée: Patrimoine, création, identité en Roussillon de la fin du XVIIIe siècle à l'entre-deux-guerres*. Presses Universitaires de Perpignan.  
<https://doi.org/10.4000/books.pupvd.7627>
- Solère-Sangla, M.-H. (2019a). Introduction. In *L'invention d'une Méditerranée: Patrimoine, création, identité en Roussillon de la fin du XVIIIe siècle à l'entre-deux-guerres* (p. 7-9). Presses Universitaires de Perpignan.  
<http://books.openedition.org/pupvd/7660>
- Solère-Sangla, M.-H. (2019b). II-1. Le régionalisme en Roussillon: Entre « petite patrie » et grande nation. 1880-1925. In *L'invention d'une Méditerranée: Patrimoine, création, identité en Roussillon de la fin du XVIIIe siècle à l'entre-deux-guerres* (p. 169-208). Presses Universitaires de Perpignan.  
<http://books.openedition.org/pupvd/7684>
- Sonnino, R. (2007). Embeddedness in action: Saffron and the making of the local in southern Tuscany. *Agriculture and Human Values*, 24(1), 61-74. <https://doi.org/10.1007/s10460-006-9036-y>
- Sorba, J.-M. (2018). La réputation des « produits identitaires » en question – Les cas des fromages et des miels corses. *Annales méditerranéennes d'économie*, 5, 14.
- Sounkoura, A., Ousmane, C., Eric, S., Urbain, D., Soule, A., Sonia, P., & Huat, J. (2011). Contribution des chaînes de valeur rizicole et maraîchère à la sécurité alimentaire et aux revenus dans les bas-fonds dans les régions Sud du Bénin et du Mali: Perceptions des agriculteurs. In *Innovations agricoles au service du développement durable: Contributions des finalistes de l'édition 2009/2010 des concours scientifiques ouverts aux femmes africaines et aux jeunes professionnels* (p. 51-56). FARA.  
[http://publications.cirad.fr/une\\_notice.php?dk=564082](http://publications.cirad.fr/une_notice.php?dk=564082)
- Spurk, J. (2007). *Du caractère social*. Parangon-VS.
- Staszak, J.-F. (2003). Pratique spatiale. In J. Lévy & M. Lussault, *Dictionnaire de la géographie* (p. 740-741). Belin.
- Swenson, A. (2007). « Heritage », « Patrimoine » und « Kulturerbe »: Eine vergleichende historische Semantik. In D. Hemme, M. Tauschek, & R. Bendix, *Prädikat « Heritage »: Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen* (p. 53-74). Lit. Verlag.
- Swenson, A. (2013). *The rise of heritage: Preserving the past in France, Germany and England, 1789-1914*. Cambridge University Press.
- Tarchiani, V., Robbiati, G., & Salifou, M. R. (2013). The onion sector of West Africa: Comparative study of Niger and Benin. *Cahiers Agricultures*, 22(2), 112-123. <https://doi.org/10.1684/agr.2013.0617>
- Tarpaga, V. (2012). *Contribution à l'étude de la montaison prématurée des variétés tropicales d'oignon (Allium cepa L.): Cas du Violet de Galmi cultivé au Nord du Burkina Faso* [Thèse de doctorat en Sciences de la Vie et de la Terre]. Université de Ouagadougou.
- Tatry, M. V., Fournier, D. D., Jeannequin, B. B., & Dosba, F. F. (2010). *Analyse bibliométrique des publications scientifiques mondiales sur les fruits et légumes (F&L) au cours de la période 2000-2009* [Research Report]. INRA Groupe Filière Fruits. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00939732>
- Tekelioglu, Y., Ilbert, H., & Tozanli, S. (2009). Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens. In *Séminaire international sur Les Produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens*. CIHEAM. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02267681>
- Thenail, C., & Codet, C. (2003). *Système technique de gestion des bordures de champs en exploitation agricole, et intégration des haies nouvelles* (p. 25) [Rapport final du projet « Bocagement, reconstitution et protection du bocage. Evaluation des politiques publiques de paysagement du territoire »].

- Thonegg, N. (2014). *Wertvolle Regionalität. Die Bereitschaft von Konsumenten und Konsumentinnen mehr für regionale Produkte zu bezahlen* [Mémoire de Master en sciences de gestion, Université FH Joanneum]. <http://www.vulkanland.at/upload/docs/bisi/0000000094.1.pdf>
- Tounsi, K., Gammoudi, L., & Clouet, Y. (2008). Le zonage à dire d'acteurs: Un outil cartographique pour la confrontation des savoirs et pouvoirs endogènes et exogènes à propos du développement local: Étude de cas en Tunisie centrale. *Sciences Changements Planétaires*, 19, 3-12.
- Trimech, A., & Lardon, S. (2021). Les cartes à dire d'acteurs et les chorèmes comme outils de diagnostic partagé des pratiques d'approvisionnement alimentaire dans le territoire. In M. Fournier (Éd.), *Cartographies en mouvement: Parcours sensible, narration et participation* (p. 279-302). Presses Universitaires Blaise Pascal.
- Troin, F. (2016). Une expérience de cartographie stimulante: Révéler des dimensions cachées à l'intérieur des récits policiers. L'Ombre du vent de C.R. Zafón et la trilogie Fabio Montale de J.-C. Izzo. In M. Fournier (Éd.), *Cartographier les récits* (p. 13-36). Presses Universitaires Blaise Pascal.
- Troin, J.-F. (2021). Du carnet de terrain à la littérature: « copeaux géographiques » et cheminements d'écritures. *Annales de géographie*, 739-740(3-4), 122-140. <https://doi.org/10.3917/ag.739.0122>
- Tujague, L. (2001). *Enjeux socio-économiques du maraîchage en zone de plantation: Le cas de la tomate dans la région du Centre-Est de Côte d'Ivoire* [Thèse de doctorat en Sociologie, Toulouse 2]. <https://www.theses.fr/2001TOU20012>
- Tujague-Gibourg, L. (2004). Le maraîchage en économie de plantation: Une alternative à la crise sociale et économique? Le cas de la tomate dans la région d'Abengourou en Côte d'Ivoire. *Afrique contemporaine*, 210(2), 171-190. <https://doi.org/10.3917/afco.210.0171>
- Vaudois, J. (2000). Les dynamiques spatiales des productions légumières: L'évolution récente des bassins endiviers de Nord-Picardie. *Méditerranée*, 95(3), 65-74. <https://doi.org/10.3406/medit.2000.3177>
- Viala, L. (2001). *Le géographe et l'espace public urbain: Situations, contextes, enjeux dans les aires métropolitaines françaises* [Thèse de doctorat en Géographie, Université Paul Valéry - Montpellier III]. <http://www.theses.fr/2001MON30040>
- Vidal de la Blache, P. (1902). L'irrigation d'après Mr Jean Brunhes. *Annales de Géographie*, 457-460.
- Vieillard-Baron, H. (2005). Entre proximité et distance, quelle place pour le terrain? *Cahiers de géographie du Québec*, 49(138), 409-427. <https://doi.org/10.7202/012565ar>
- Vigo, A. (1936). *L'évolution économique récente des Pyrénées-Orientales* [Thèse de doctorat, Université de Montpellier]. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9817877h>
- Vigour, C. (2005). *La comparaison dans les sciences sociales: Pratiques et méthodes*. La Découverte. <https://www.cairn.info/la-comparaison-dans-les-sciences-sociales--9782707143044.htm>
- Volvey, A. (2003). Terrain. In J. Lévy & M. Lussault (Éds.), *Dictionnaire de la géographie* (p. 904-906). Belin.
- Volvey, A., Calbérac, Y., & Houssay-Holzschuch, M. (2012). Terrains de je. (Du) sujet (au) géographique. *Annales de géographie*, 687-688(5-6), 441-461. <https://doi.org/10.3917/ag.687.0441>
- von Hirschhausen, B. (2017). De l'intérêt heuristique du concept de « fantôme géographique » pour penser les régionalisations culturelles. *L'Espace géographique*, 46(2), 106-125. <https://doi.org/10.3917/eg.462.0106>
- Wainstain, J. (2021). Partager les données pour réussir les transitions agricoles et alimentaires. In *Le Déméter 2021* (p. 191-206). IRIS éditions. <https://doi.org/10.3917/iris.abis.2021.01.0193>
- Weber, S. (2022). Transition alimentaire: Du côté des intermédiaires. *EchoGéo*, 60. <https://doi.org/10.4000/echogeo.23592>

- Weger, T. (2015). Du « patrimoine perdu » au « patrimoine commun européen ». *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande*, 47(2), 385-399. <https://doi.org/10.4000/allemande.303>
- Weiss, W. (2007). Regionalität und regionale Lebensmittel. In *Ernährungsalltag im Wandel* (p. 187-197). Springer Vienna. [https://doi.org/10.1007/978-3-211-48606-1\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-211-48606-1_11)
- Werner, M., & Zimmermann, B. (2003). Thinking history from contrastive views: Between empiry and reflexivity. *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 58(1), 7-36. <https://www.cairn.info/revue-Annales-2003-1-page-7.htm>
- Wezel, A., Bellon, S., Doré, T., Francis, C., Vallod, D., & David, C. (2009). Agroecology as a science, a movement and a practice. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 29(4), 503-515. <https://doi.org/10.1051/agro/2009004>
- Wezel, A., Chazoule, C., & Vallod, D. (2013). Using biodiversity to valorise local food products: The case of fish ponds in a cultural landscape, their biodiversity, and carp production. *Aquaculture International*, 21(6), 1395-1408. <https://doi.org/10.1007/s10499-013-9641-x>
- Whatmore, S. (2006). Materialist returns: Practising cultural geography in and for a more-than-human world. *Cultural Geographies*, 13(4), 600-609. <https://doi.org/10.1191/1474474006cgj377oa>
- Wiesand, A. J. (1994). Allemagne: Héritage culturel et symbolique de l'État. *Le Débat*, 78(1), 133. <https://doi.org/10.3917/deba.078.0133>
- Wilking, J. (2013). *Regionalität und Verbrauchereinstellungen—Empirische Analysen und Konsequenzen für das Marketing von Regionen und das regionale Lebensmittelmarketing* [Thèse de doctorat, Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen]. <https://doi.org/10.53846/goediss-3519>
- Wolk, K. (2002). Region. In E. Brunotte, *Lexikon der Geographie* (106 p.). Spektrum Akademischer Verlag Heidelberg.
- Yin, R. K. (1984). *Case study research: Design and methods*. Sage Publications.
- Yonli, T. N., & Ouédraogo, O. (2023). Les consommateurs des produits maraîchers biologiques à Ouagadougou. *Anthropology of food*, 17. <https://doi.org/10.4000/aof.13957>
- Zwer, N. (2019). Pratiques de la transition agricole – deux exemples allemands. *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande*, 51(2). <https://doi.org/10.4000/allemande.2015>

## 2 AUTRES SOURCES

- Agreste. (1999). *Memento agricole et rural des Pyrénées-Orientales* (La statistique agricole).
- Agreste. (2020). *Nomenclature d'orientation technico-économique des exploitations agricoles* (p. 1). [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/methode/N-Otex/RA2020\\_Nomenclature\\_Otex.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/methode/N-Otex/RA2020_Nomenclature_Otex.pdf)
- Agreste. (2021). *Statistique agricole annuelle 2020 Chiffres provisoires* (N° 7 ; Chiffres & Données, p. 62). Agreste. [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Chd2107/cd%202021-7\\_SAA%202020%20Provisoire.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Chd2107/cd%202021-7_SAA%202020%20Provisoire.pdf)
- Agreste. (2023). *Près d'une exploitation sur quatre vend en circuit court* (N° 5 ; Primeur, 4 p.). [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Pri2305/Primeur2023-5\\_CircuitCourt-RA2020.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Pri2305/Primeur2023-5_CircuitCourt-RA2020.pdf)
- Arcimboldo, G. (1590). *L'Homme-Potager* [Peinture sur bois]. Cremona, Museo Civico Ala Ponzzone.

- Bayerischer Landtag. (1971). *Verordnung zur Neugliederung Bayerns in Landkreise und kreisfreie Städte* [Drucksache 7/1445].  
[https://www.bayern.landtag.de/www/ElanTextAblage\\_WP07/Drucksachen/0000001000/07-01445.pdf](https://www.bayern.landtag.de/www/ElanTextAblage_WP07/Drucksachen/0000001000/07-01445.pdf)
- Bayerisches Landesamt für Statistik. (2021). *Anbau von Gemüse, Erdbeeren und Strauchbeeren in Bayern 2019* (Statistische Berichte, p. 19).  
[https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/veroeffentlichungen/statistische\\_berichte/c2902c\\_201900.pdf](https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/veroeffentlichungen/statistische_berichte/c2902c_201900.pdf)
- Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt. (2020). *Preise für Acker- und Grünland in Bayern 2018* (1 p.).  
[https://www.wochenblatt-dlv.de/sites/default/files/2019/09/bodenpreise\\_2019-bayern\\_klein\\_1.pdf](https://www.wochenblatt-dlv.de/sites/default/files/2019/09/bodenpreise_2019-bayern_klein_1.pdf)
- Beese, T., Eccard, M., & Ullrich, F. (2009). *Sanierungsgebiet Aktive Kettenbrücke-Königstraße-Bahnhof* (71 p.) [Vorbereitende Untersuchungen und Rahmenplan]. Stadt Bamberg.  
[http://www.planungsamt.bamberg.de/remos\\_downloads/2010\\_02\\_16\\_AKKB\\_Broschuere.298.pdf](http://www.planungsamt.bamberg.de/remos_downloads/2010_02_16_AKKB_Broschuere.298.pdf)
- Bible* (Version Louis Segond). (1910). <https://www.bible-salut.com/PDF/Bible-complete.pdf>
- Bile, G. (2020). *Espira de l'Agly: De la préhistoire à nos jours*. Les Presses Littéraires.
- Brunet, M. (2014). *Prades en Conflent au siècle des Lumières. Les chemins de la démocratie*. Trabucaire.
- Carrère, M. (2005). *Monographie de Laroque-des-Albères et Sorède*. Le livre d'histoire.
- Cavard-Vibert, P. (2013). *Observatoire des entreprises de gros et d'expédition de fruits et légumes frais en France* (Observatoire des entreprises de gros et d'expédition, 95 p.). CTIFL.  
<http://files.eacce.org.ma/pj/1373307897.pdf>
- Cézanne, P. (1887). *Nature morte avec oignons*. Musée d'Orsay.
- Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales. (2000). *Aperçu Agro-climatologique du département des Pyrénées-Orientales* (p. 9). [https://po.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user\\_upload/Occitanie/073\\_Inst-Pyrenees-Orientales/FICHIERS/AGROENVIRONNEMENT/CLIMATO/Climato\\_des\\_P\\_O\\_ca66\\_2018.pdf](https://po.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/Occitanie/073_Inst-Pyrenees-Orientales/FICHIERS/AGROENVIRONNEMENT/CLIMATO/Climato_des_P_O_ca66_2018.pdf)
- Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales. (2016). *Projet Agricole Départemental. Caractéristiques et Enjeux des filières*. [https://po.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user\\_upload/Occitanie/073\\_Inst-Pyrenees-Orientales/FICHIERS/CHAMBRE\\_AGRICULTURE/PAD/PAD\\_Characteristiques\\_\\_\\_enjeux\\_des\\_filieres\\_2017.pdf](https://po.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/Occitanie/073_Inst-Pyrenees-Orientales/FICHIERS/CHAMBRE_AGRICULTURE/PAD/PAD_Characteristiques___enjeux_des_filieres_2017.pdf)
- Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales. (2017). *L'agriculture des Pyrénées-Orientales en bref*. [https://po.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user\\_upload/Occitanie/073\\_Inst-Pyrenees-Orientales/FICHIERS/CHAMBRE\\_AGRICULTURE/AGRI\\_DEPARTEMENT\\_en\\_bref.pdf](https://po.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/Occitanie/073_Inst-Pyrenees-Orientales/FICHIERS/CHAMBRE_AGRICULTURE/AGRI_DEPARTEMENT_en_bref.pdf)
- CIVAM Bio 66. (2013). *Les Pyrénées-Orientales, département le plus bio de France*. <http://www.bio66.com/fr/evenements/les-pyrenees-orientales-departement-le-plus-bio-de-france-226.html>
- Commission Européenne. (2018). *Geographical indications and quality schemes explained*. Commission Européenne. [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_en)
- Commission Européenne. (2023). *EUPVP - Common Catalogue Information System. Catalogue Européen des variétés de plantes cultivées*. Commission Européenne. <https://ec.europa.eu/food/plant-variety-portal/>
- Conge, P. (2017). *Réforme de l'orthographe: Finalement, on écrit « oignon » ou « ognon » ?* L'Étudiant. <https://www.letudiant.fr/college/reforme-de-l-orthographe-finalement-on-ecrit-oignon-ou-ognon.html#:~:text=Les%20accents%20circonflexes%20sur%20le,%22%20qui%20devient%20%22n%C3%A9nufar%22.>

- Conseil de l'Information sur l'Alimentation en Europe. (2020). *La tomate est-elle un fruit ou un légume et pourquoi ?* EUFIC. <https://www.eufic.org/fr/une-vie-saine/article/la-tomate-est-elle-un-fruit-ou-un-legume-et-pourquoi>
- Cros, P. (2001). *Saint-Cyprien de 1939 à 1945; le village, le camp, la guerre*. Trabucaire.
- CTIFL. (2021). *Oignon, ail, échalote* (Guide des Fruits et légumes frais en Restauration Hors Domicile). <https://guiderhd.ctifl.fr/fiche/legumes/oignon-ail-echalote>
- Delonca, E., & Delonca, L. (2004). *Un village en Roussillon, Ille-sur-Têt*. Le livre d'histoire.
- Dengler-Schreiber, K. (2013). *Bamberg pour amateurs et connaisseurs. Guide de la ville*. Heinrichs-Verl., Bayer. Verl.-Anst.
- Destatis. Statistisches Bundesamt. (2020). *Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Gemüseerhebung—Anbau und Ernte von Gemüse und Erdbeeren 2019* (p. 99). [https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Obst-Gemuese-Gartenbau/Publikationen/Downloads-Gemuese/gemueseerhebung-2030313197004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Obst-Gemuese-Gartenbau/Publikationen/Downloads-Gemuese/gemueseerhebung-2030313197004.pdf?__blob=publicationFile)
- Destatis. Statistisches Bundesamt. (2022). *Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Gemüseerhebung—Anbau und Ernte von Gemüse und Erdbeeren 2021* (p. 99). [https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Obst-Gemuese-Gartenbau/Publikationen/Downloads-Gemuese/gemueseerhebung-2030313217004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Obst-Gemuese-Gartenbau/Publikationen/Downloads-Gemuese/gemueseerhebung-2030313217004.pdf?__blob=publicationFile)
- Direction des services agricoles des Pyrénées-Orientales. (1929). *Rapport du directeur des services agricoles sur la demande formulée par la société coopérative de la chambre syndicale des jardiniers d'Elne et des communes environnantes*. Archives départementales des Pyrénées-Orientales.
- DRAAF Occitanie. (2021). *Itinéraires agri-culturels en Occitanie* (n°7; 20 p.). [https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/apm\\_draaf-livret\\_2021\\_vf\\_bd\\_cle0264b8.pdf](https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/apm_draaf-livret_2021_vf_bd_cle0264b8.pdf)
- DRAAF Occitanie. (2022, juillet 8). *Plus d'une exploitation sur deux dirigée par au moins un exploitant senior—Agreste Études n°22—Juillet 2022*. <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/plus-d-une-exploitation-sur-deux-dirigee-par-au-moins-un-exploitant-senior-a7245.html>
- Dreal Languedoc-Roussillon. (2016). *Les paysages et la géologie*. Atlas des paysages du Languedoc-Roussillon. <http://paysages.languedoc-roussillon.developpement-durable.gouv.fr/pyrenees-orientales/fondements12.html#:~:text=La%20g%C3%A9ologie%20joue%20une%20r%C3%B4le,du%20quaternaire%20sur%20le%20littoral>.
- Druon, M. (1990). *Les rectifications de l'orthographe* (N° 100 ; Journal officiel de la République Française, 17 p.). Conseil supérieur de la langue française. [https://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/rectifications\\_1990.pdf](https://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/rectifications_1990.pdf)
- Düsel, D. (1977). *Die Bamberger Gärtner und ihre Traditionen*.
- État Français. (1853). *Questionnaire annuel sur les statistiques des communes de chaque canton sur les productions agricoles par produit. Statistiques agricoles du Canton de Thuir*. Archives départementales des Pyrénées-Orientales.
- FiBL Deutschland e.V. (2012). *Entwicklung von Kriterien für ein bundesweites Regionalsiegel. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz* (p. 194). FiBL Deutschland e.V. [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/\\_Ernaehrung/Lebensmittel-Kennzeichnung/Regionalsiegel-Gutachten.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/Lebensmittel-Kennzeichnung/Regionalsiegel-Gutachten.pdf?__blob=publicationFile&v=2)
- FranceAgriMer. (2019). *Achats de fruits et légumes frais par les ménages français* (Données, 8 p.). <https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/62829/document/Achats%20de%20fruits%20et>

%20I%C3%A9gumes%20frais%20par%20les%20m%C3%A9nages\_%20Donn%C3%A9es%202018.pdf?version=2

- FranceAgriMer. (2020). *Les chiffres-clés de la filière Fruits & Légumes frais et transformés en 2019* (p. 96).  
[https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/68531/document/BIL\\_FEL\\_Chiffres\\_cles\\_Fruits%26Légumes\\_2020\\_.pdf?version=4](https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/68531/document/BIL_FEL_Chiffres_cles_Fruits%26Légumes_2020_.pdf?version=4)
- FranceAgriMer. (2021a). *Achats de fruits et légumes frais par les ménages français pour leur consommation à domicile* (Données, p. 20).  
[https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/62829/document/Achats%20de%20fruits%20et%20I%C3%A9gumes%20frais%20par%20les%20m%C3%A9nages\\_%20Donn%C3%A9es%202018.pdf?version=2](https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/62829/document/Achats%20de%20fruits%20et%20I%C3%A9gumes%20frais%20par%20les%20m%C3%A9nages_%20Donn%C3%A9es%202018.pdf?version=2)
- FranceAgriMer. (2021b). *L'oignon en 2020-2021. Bilan de campagne* (Réseau des nouvelles des marchés, 4 p.).
- FranceAgriMer. (2022a). *Légumes frais* (Fiche filière, 2 p.).  
<https://www.franceagrimer.fr/content/download/68219/document/FICHE%20FILIERE%20LEGUMES%202022.pdf>
- FranceAgriMer. (2022b). *Les chiffres-clés de la filière Fruits & Légumes frais et transformés en 2020* (96 p.).  
[https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/68531/document/BIL\\_FEL\\_Chiffres\\_cles\\_Fruits%26Légumes\\_2020\\_.pdf?version=4](https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/68531/document/BIL_FEL_Chiffres_cles_Fruits%26Légumes_2020_.pdf?version=4)
- Gaffiot, F. (2008). *Le grand Gaffiot: Dictionnaire latin-français* (3e éd. revue et augmentée). Hachette.
- Grass, G. (2009). *Pelures d'oignon*. Editions du Seuil.
- Hess-Halpern, C. (2018). *Découvrez les vertus de l'oignon: Ses vertus thérapeutiques, ses astuces pratiques*. Éditions Alpen.
- IGN & Agence de Services et de Paiement. (2018). *RPG Version 2.0. Registre Parcellaire Graphique. Descriptif de contenu et de livraison* (p. 27). <https://files.geo.data.gouv.fr/link-proxy/www.geonormandie.fr/2020-01-24/5e2a6b991a98421bf73d869c/dc-dl-rpg-2-0.pdf>
- Interbio Occitanie. (2021). *La Bio dans les Pyrénées-Orientales (66)*. <https://www.interbio-occitanie.com/content/uploads/2021/11/chiffres-cles-pyrenees-orientales-2021-2020.pdf>
- LfL. (2020). *Feldgemüseanbau in Bayern* (LfL-Information, 95 p.). Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft. [https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/p\\_19984.pdf](https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/p_19984.pdf)
- LfL. (2019). *Feldgemüseanbau in Bayern*. LfL. <https://www.lfl.bayern.de/iba/pflanze/222712/index.php>
- LfL. (2010). *Regionale Vermarktung. Projektbericht Strukturen und Tätigkeitsfelder* (LfL-Information, p. 93). [https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/p\\_40671.pdf](https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/p_40671.pdf)
- Macer Floridus. (1845). *Des vertus des plantes*. Panckoucke Éditeur. <https://remacle.org/bloodwolf/erudits/floridus/plantes.htm>
- Mallarmé, S. (1914). *Poésies*. Nouvelle Revue française. [https://fr.wikisource.org/wiki/Po%C3%A9sies\\_\(Mallarm%C3%A9,\\_1914,\\_8e\\_%C3%A9d.\)/Le\\_Marchand\\_d%E2%80%99ail\\_et\\_d%E2%80%99oignons](https://fr.wikisource.org/wiki/Po%C3%A9sies_(Mallarm%C3%A9,_1914,_8e_%C3%A9d.)/Le_Marchand_d%E2%80%99ail_et_d%E2%80%99oignons)
- Mannbart. (2004). *Bamberger Dialekt in Deutsch & Englisch* (Mannsbart Verlag).
- Marez, A. (1952). *Visages du Roussillon*. Horizons de France.
- Marion, J. (2020). Agriculture biologique: Les Pyrénées-Orientales repassent leader. *L'indépendant du Midi*. <https://www.lindependant.fr/2020/11/17/agriculture-biologique-les-pyrenees-orientales-a-nouveau-numero-un-9205411.php>
- Ministère de l'Agriculture et de la Pêche. (2009). *Rapport du groupe de travail « Circuits courts de commercialisation »* (24 p.).

- Moutet, L. (2016). *Perpignan à l'orée des années trente, entre tradition et modernisme*.
- OCDE. (2012). *Normes internationales pour les fruits et légumes. Oignons* (p. 101). OCDE. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264175082-en-fr.pdf?expires=1649675959&id=id&accname=guest&checksum=5C70888FF1A681C690A4F914C786CD09>
- OEC. (2023). *Onions*. <https://oec.world/en/profile/hs/onions>
- Pellicier, M. (2003). *Vivre en salanque sous la Révolution*. Ateliers des Presses littéraires.
- Pline l'Ancien. (2013). *Histoire naturelle*. Gallimard.
- Plaute. (1865). *Poenus*. <https://remacle.org/bloodwolf/comediens/Plaute/poenus.htm>
- Poeydavant, P. (1778). *Le Roussillon à la fin de l'Ancien Régime* [Mémoire].
- Raschke, P. (2015). Bayerische Staatszeitung. *Unser Bayern, 25*. <https://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/unser-bayern/detailansicht-unser-bayern/artikel/tausendsassa-aus-der-gaertnerstadt.html>
- Règlement (CE) No 2100/94 du Conseil du 27 juillet 1994 instituant un régime de protection communautaire des obtentions végétales, 30 (1994). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/1994/2100/oj>
- Renoir, P.-A. (1881). *Oignon* [Huile sur toile]. Clark Art Institute.
- Schmitt, G. (1988). *Tradition und Wandel im Alltag der Bamberger Gärtner*.
- Serres, R. (1979). *Toulouges en Roussillon*. Presses De L'imprimerie Littéraire.
- Singer, M., & Arrufat, A. (2008). *L'oignon botte sous abri froid* (2 p.) [Fiche technique de l'Agriculture Biologique]. CIVAM Bio 66. [https://www.sud-et-bio.com/sites/default/files/Fiche\\_Cultures\\_Oignon%20sous%20abri\\_2008.pdf](https://www.sud-et-bio.com/sites/default/files/Fiche_Cultures_Oignon%20sous%20abri_2008.pdf)
- Söllner, W. (1969). *Die Sprache der Bamberger Gärtner*.
- Statista. (2023). *Bezugsquelle von Gemüse in Deutschland 2021*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1228559/umfrage/bezugsquelle-von-gemuese-in-deutschland/>
- Tela Botanica. (s. d.). Amaryllidaceae. *Tela Botanica*. <https://www.tela-botanica.org/bdtfx-nn-100931-synthese>
- Thibaut-Comelade, É. (1998). *Ma cuisine catalane: Au fil des saisons*. Édisud.
- Thibaut-Comelade, E. (2017). *La cuisine catalane: 400 recettes d'hier et d'aujourd'hui*. Trabucaire.
- Torrès, P. (2014). *Dictionnaire gourmand des saveurs catalanes*. Trabucaire.
- Unsere bayerischen Bauern. (2020). Zwiebelgemüse. *Unsere Bayerischen Bauern*. <https://unserebauern.de/erzeugnisse/zwiebelgemuese/>
- van der Meer, Q. P. (1990). *L'oignon* (57 p.). OCDE. <https://www.oecd.org/fr/sante/biotech/1946196.pdf>
- Vidal, P. (1899). *Guide historique et pittoresque dans le département des Pyrénées-Orientales*. Bibliothèque Pireneas (Pau). <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k943097c>
- Ville de Perpignan. (1800). *État des grains et légumes vendus sur les marchés de Perpignan*. Archives départementales des Pyrénées-Orientales.
- Vitoux, F. (2017). *Eloge de l'oignon*. Académie Française. <https://www.academie-francaise.fr/elogue-de-loignon>
- Wecker, J. (1920). *Die Bamberger Gärtnerei: Nach ihrer geschichtlichen Entwicklung und wirtschaftlichen Bedeutung*.
- Weiss, H. (1974). *Stadt- und Landkreis Bamberg*. Komm. f. Bayerische Landesgeschichte.

Wolff, P. (1985). *Histoire de Perpignan*. Privat.

Wussmann, W. (1996). *Bamberg-Lexikon: Von Apfelweib bis Zwiebeltreter*. E. Weiss.

Zink, R. (1988). Die Gärtner und ihre Vereine in Bamberg seit der Mitte des 19. Jahrhunderts. In *Festschrift zum 125jährigen Vereinsjubiläum des oberen Gärtnervereins Bamberg* (p. 13-24).

## 3 LISTE DES ENTRETIENS

### 3.1 PYRÉNÉES-ORIENTALES

Présentation	Nom	Lieu de l'entretien	Durée de l'entretien	Date de l'entretien	Type d'entretien
Maraîcher AB à St-Hippolyte	Serge Cotxet	Exploitation	2h	29/03/2021 ; 10h	Compréhensif
Maraîchère AB à Clairà	Lara Philippe	Exploitation	4h	29/03/2021 ; 13h30	Compréhensif
Maraîcher AB à Los Masos	Maurice Picco	Exploitation	1h	30/03/2021 ; 17h	Compréhensif
Maraîchère à Vinça	Anne-Marie Rabat	Exploitation	1h15	30/03/2021 ; 19h	Compréhensif
Maraîcher à Vinça	Patrick Rabat	Exploitation	1h15	30/03/2021 ; 19h	Compréhensif
Restaurateur à Perpignan	Christophe Comes	Au restaurant	40'	31/03/2021 ; 10h30	Compréhensif
Maraîcher AB à Saleilles	Christopher Woods	Exploitation	1h20	31/03/2021 ; 12h	Compréhensif
Maraîchère AB à Passa	Amandine Gendre	Téléphone	15'	31/03/2021 ; 15h	Compréhensif
Maraîcher AB à St Nazaire	Nicolas Payré	Exploitation	2h	01/04/2021 ; 11h	Compréhensif
Maraîchère AB à Reynès	Mariette Laborde	Marche de la terre, Elne	45'	02/05/2021 ; 10h30	Compréhensif
Maraîcher AB à Céret	Simon Redondo	Marche de la terre, Elne	30'	02/05/2021 ; 10h30	Compréhensif
Maraîcher à Clairà	Ludovic Montaufier	Téléphone	1h10	04/04/2021 ; 18h	Compréhensif
Productrice de plants AB à Rigarda	Marie Raffin	Marché de Prades	40'	05/04/2021 ; 8h	Compréhensif
Maraîcher AB à Clairà	Pierre Da Silva	Téléphone	40'	06/04/2021 ; 10h	Compréhensif



Ingénieure maraîchage et expérimentation au CIVAM Bio 66	Célia Dayraud	A la station expérimentale du CIVAM	1h	06/04/2021 ; 11h30	Compréhensif
Maraîcher à Elne	André Trives	Exploitation	1h	06/04/2021 ; 16h	Compréhensif
Restaurateur à Céret	Jean Plouzennec	Au restaurant	1h15	06/04/2021 ; 17h	Compréhensif
Maraîchère AB à Salses	Cécile Guillaume	Exploitation	1h30	11/04/2021 ; 10h30	Compréhensif
Historien amateur	Pierre Torrès	Téléphone	45'	12/04/2021 ; 15h	Compréhensif
Maraîcher AB et producteur de semences d'oignons de Toulouges à Gimont (Gers)	Philippe Castin	Téléphone	25'	13/04/2021 ; 15h	Entretien informatif
Restaurateur à Prades	Benjamin Bekir	Au restaurant	1h15	14/04/2021 ; 10h	Compréhensif
Pépiniériste à Ille-sur-Têt	Michel Fonquerny	Pépinière	1h	15/04/2021 ; 13h15	Compréhensif
Maraîcher AB à Prades	Ugo Van Hulsen	Exploitation	2h	15/04/2021 ; 9h15	Compréhensif
Productrice de semences AB à Boule d'Amont	Lara Hitchcock	Foire aux plantes de Prades	1h	18/04/2021 ; 13h	Compréhensif
Chargée de mission à l'IRQALIM (Institut de la Qualité Agroalimentaire d'Occitanie) et à la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales	Valentine Finat	Téléphone	50'	20/04/2021 ; 14h30	Compréhensif
Président de Slow Food Pays Catalan	Jean Lhéritier	Hôpital de Perpignan	1h30	20/04/2021 ; 17h	Compréhensif
Maraîchère à Toulouges	Martine Albisson	Téléphone	40'	11/05/2021 ; 9h	Compréhensif
Maraîcher AB à St-Génis-des Fontaines	Christian Soler	Exploitation	40'	18/05/2021 ; 17h30	Compréhensif
Maraîchère AB à Conat	Geneviève Espeut	Domicile	2h30	20/12/2021 ; 18h	Compréhensif
Maraîcher AB à Conat	Pascal Espeut	Domicile	2h30	20/12/2021 ; 18h	Compréhensif
Maraîchère AB à Conat	Stéphanie Daugreilh	Domicile	2h30	20/12/2021 ; 18h	Compréhensif
Maraîcher AB à Conat	Erwan Bonnemaïson	Domicile	2h30	20/12/2021 ; 18h	Compréhensif
Maraîcher AB à Conat	Lény Guillaud	Domicile	2h30	20/12/2021 ; 18h	Compréhensif
Maraîchère à Vinça	Géraldine Thalamy	Exploitation	1h20	21/04/2021 ; 17h	Compréhensif
Maraîchère AB à Passa	Amandine Gendre	Exploitation	2h	28/03/2022 ; 13h	Compréhensif

Maraîcher AB à Passa	Loïc Gendre	Exploitation	2h	28/03/2022 ; 13h	Compréhensif
Représentant du semencier Prosem	Ducrettet	Téléphone	25'	28/10/2022 ; 14h	Entretien informatif
Responsable administratif et financier du Marché de gros de Perpignan	Joëlle Puiseux	Marché de gros	1h30	10/10/2022. 14h30	Compréhensif
Restaurateur à Perpignan	Alain Delprat	Téléphone	40'	12/10/2022 ; 15h	Compréhensif
Maraîcher au Soler	Yves Roca	Exploitation	1h20	13/10/2022 ; 11h	Compréhensif
Restaurateur à Pézilla-la-Rivière	Philippe Coste	Restaurant	40'	13/10/2022 ; 14h30	Compréhensif
Maraîcher à la retraite à Rivesaltes	Michel Bosch	Téléphone	40'	13/10/2022 ; 8h	Compréhensif
Ingénieure de recherche en expérimentation et production végétales à la station INRAE d'Alénya	Claire Lesur-Dumoulin	Station expérimentale INRAE	1h30	14/10/2022 ; 13h30	Compréhensif
Ingénieur d'étude en expérimentation et production végétales à la station INRAE d'Alénya	Benjamin Perrin	Station expérimentale INRAE	1h30	14/10/2022 ; 13h30	Compréhensif
Conseiller à la Chambre d'Agriculture, maraîchage et filières de proximité	Gilles Planas	Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales	1h10	14/10/2022 ; 14h30	Compréhensif
Directeur Général de St-Charles International	Cyril Gornes	Bureaux de St-Charles International	45'	16/10/2022 ; 16h	Compréhensif
Maraîcher à Palau-del-Vidre	Diani Amar	Exploitation	2h	18/10/2022 ; 13h	Compréhensif
Maraîchère à Perpignan	Georgette Conte	Exploitation	1h20	18/10/2022 ; 9h30	Compréhensif
Restaurateur à Banyuls-sur-Mer	Pascal Borrell	Restaurant	40'	19/10/2022 ; 14h30	Compréhensif
Représentante du pépiniériste Casanova à Béziers	Casanova Béziers	Téléphone	20'	20/10/2022 ; 9h	Entretien informatif
Restaurateur à Perpignan	Jimmy Barreau	Restaurant	35'	21/10/2022 ; 10h30	Compréhensif
Maraîcher au Soler	Fernandes	Marché de gros	45'	24/10/2022 ; 15h	Compréhensif
Chargée de filière à Alterbio	Nathalie Courpet	Siège d'Alterbio	1h	27/10/2022 ; 16h	Compréhensif
Maraîcher à Baho	Georges Capsie	Téléphone	45'	05/12/2022 ; 14h	Compréhensif
Maraîcher à St-Estève	Jean Palmade	Exploitation	1h30	06/12/2022 ; 14h	Compréhensif

Représentant de la coopérative Arterris	Hervé Cuissard	IUT de Perpignan	1h	07/12/2022 ; 12h30	Compréhensif
Président de la société JMF Partenariat	Jean-Marie Dumont	Téléphone	30'	07/12/2022 ; 14h30	Compréhensif
Représentant du semencier Prosem	Manuel Dorel	Téléphone	15'	07/12/2022 ; 15h	Entretien informatif
Pépiniériste à Toulouges	Point Rose	Exploitation	2h	08/12/2022 ; 15h	Compréhensif

### 3.2 RÉGION DE BAMBERG

Présentation	Nom	Lieu de l'entretien	Durée de l'entretien	Date de l'entretien	Type d'entretien
Maraîcher à Bamberg	Christian Bürgis	Exploitation	1h30	01/07/2021 ; 9h	Compréhensif
Directeur exécutif de la <i>Genussregion Oberfranken e.V.</i>	Norbert Heimbeck	Exploitation de Niedermaier à Bamberg	2h	05/07/2021 ; 10h	Compréhensif
Adjointe de direction du <i>Zentrum Welterbe Bamberg</i>	Diana Büttner	Au <i>Zentrum Welterbe Bamberg</i>	1h20	05/07/2021 ; 15h	Compréhensif
Maraîchère à Bamberg	Marlis Niedermaier	Exploitation	2h	05/07/2021 ; 10h	Compréhensif
Représentante locale de l'association VEN ( <i>Verein zum Erhalt der Nutzpflanzenvielfalt</i> )	Claudia Grüner	Domicile	1h30	06/07/2021 ; 14h	Compréhensif
Maraîcher à Bamberg	Georg Neubauer	Exploitation	1h30	06/07/2021 ; 9h30	Compréhensif
Professeur de géographie à l'Université de Bamberg	Marc Redepenning	Université de Bamberg	1h	07/07/2021 ; 9h	Compréhensif
Chef du restaurant Kropf à Bamberg	Herr Kropf	Restaurant	40 minutes	08/07/2021 ; 8h	Compréhensif
Président de l'association qui gère le <i>Gärtner-Museum</i> , le musée des maraîchers, à Bamberg	Andreas Dechant	Gärtner-Museum	1h	08/07/2021 ; 11h	Compréhensif
Semencier à Forchheim et directeur de l'entreprise Hans Hoffmann OHG	Roland Hoffmann	Exploitation	2h30	09/07/2021 ; 14h	Compréhensif
Présidente de l'association <i>Sortengarten e. V.</i>	Ulrike Aas	Au Jardin des variétés et à son domicile	2h	12/07/2021 ; 10h	Compréhensif
Responsable de l'exploitation expérimentale, LWG Galgenfuhr Bamberg	Birgit Racher	À la station expérimentale de la LWG à Bamberg	2h	13/07/2021 ; 14h	Compréhensif

Porte-parole de Interessengemeinschaft Bamberger Gärtner	Thomas Schmidt	Dans l'exploitation d'un pépiniériste de Bamberg	1h30	16/07/2021 ; 10h30	Compréhensif
Chef du restaurant Brudermühle à Bamberg	X	Restaurant	45 minutes	16/07/2021 ; 8h30	Compréhensif
Propriétaire de Roys Naturkost, marchand de gros bio au marché de Nuremberg	Roy Zylka	Au marché de gros de Nuremberg	1h	03/09/2021 ; 10h	Compréhensif
Responsable de la cuisine de la brasserie Spezial à Bamberg	Lukas Schreiber	Au restaurant	45 minutes	10/01/2022 ; 10h	Compréhensif
Maraîcher à Bamberg	Heinrich Neubauer	À la brasserie Spezial, à Bamberg	45 minutes	10/01/2022 ; 10h	Compréhensif
Maraîcher à Bamberg et salarié d'une association SOLAWI	Matthieu Lubiato	Exploitation	1h30	13/01/2022 ; 17h	Compréhensif
Directrice de De-We, grossiste implanté à Bamberg	Sonja Weigand	Échange par mail	/	20/01/2022	Autre
Responsable de la cuisine de la brasserie Schlenkerla à Bamberg	Michaela Balko	Au restaurant	45 minutes	18/01/2022 ; 9h	Compréhensif
Représentante de la brasserie Schlenkerla à Bamberg	Teresa Frahnert	Au restaurant	45 minutes	18/01/2022 ; 9h	Compréhensif
Chef du restaurant Drei Kronen à Memmelsdorf	Hans Ludwig Straub	Au restaurant	1h10	19/01/2022 ; 10h	Compréhensif
Maraîchère à Pinzberg et gérante de la Brennerei Hack	Anna Hack	Exploitation	1h30	20/01/2022 ; 14h	Compréhensif
Maraîcher à Pinzberg et gérant de la Brennerei Hack	Richard Hack	Exploitation	1h30	20/01/2022 ; 14h	Compréhensif
Maraîcher à Bamberg	Wolfgang Emmerling	Exploitation, domicile	2h	24/01/2022 ; 17h	Compréhensif
Maraîchère à Bamberg	Brigitte Emmerling	Exploitation, domicile	2h	24/01/2022 ; 17h	Compréhensif
Chef de Département du marché municipal de gros de Nuremberg	Heike Schäftlein	Au marché de gros et en visioconférence	2h	24/01/2022 ; 17h et 03/09/2021 ; 10h	Compréhensif
Directeur de la Brasserie Hofbrau à Bamberg	Hans Pesslev	Au restaurant	45 minutes	28/01/2022 ; 9h	Compréhensif

### 3.3 AUTRES

Nom	Fonction	Type	Durée	Date
Lucile Garçon	Auteure d'une thèse de géographie sur la mise en valeur des pommes et des pommes de terre	Par téléphone	1h	8 février 2021 ; 10h
Marie Houdart	Chargée de recherche à l'INRAE et membre de l'UMR Territoires	En visioconférence	1h	16 février 2021 ; 14h
Cornelia Korff	Docteure en Géographie et assistante universitaire	En visioconférence	1h	7 juin 2021 ; 8h
Brenda Le Bigot	Maîtresse de conférences en géographie à l'Université de Poitiers et membre du laboratoire Migrinter	En visioconférence	30 minutes	31 janvier 2022 ; 14h

## 4 GRILLE D'ENTRETIEN

### 4.1 GRILLE D'ENTRETIEN AVEC LES RESTAURATEURS

Pourriez-vous présenter votre restaurant en quelques mots et donner un aperçu historique de celui-ci ?

Quand êtes-vous devenu chef ? Pourquoi avez-vous choisi ce métier ?

Avez-vous toujours habité à Bamberg ? Sinon, quand êtes-vous arrivé ?

Quelles sont les spécialités de votre restaurant ?

Qui sont les clients de votre restaurant ?

Où achetez-vous les légumes que vous cuisinez ? Sur un marché de gros, chez un grossiste, chez un maraîcher ?

Utilisez-vous des oignons lorsque vous cuisinez ? Comment utilisez-vous les oignons ? Crus, frits, pour la salade, des sauces ? Avez-vous des recettes spéciales ?

Quels oignons utilisez-vous principalement pour cuisiner ? Rouges, jaunes, blancs, tendres ? Pour quelles raisons choisissez-vous ce type d'oignon ?

Utilisez-vous des légumes issus de l'agriculture biologique ? Pour quelle raison ?

Cuisinez-vous la BBZ ou l'oignon de Toulouges ? Si oui, pourquoi l'avez-vous choisi ? Comment l'avez-vous découvert ?

Selon vous, quelles sont les principales productions agricoles ici ? Vous pouvez citer quatre ou cinq produits. Selon vous, la culture de l'oignon est-elle centrale ou typique ici ?

Selon vous, existe-t-il un lien étroit entre le chef cuisinier et le secteur agricole ? Vous semble-t-il que de nombreux restaurateurs achètent les légumes à des maraîchers locaux ? Pour quelles raisons ?

Selon vous, peut-on observer une mobilisation locale pour l'oignon de Toulouges ou la BBZ ? Connaissez-vous des groupes d'agriculteurs, des associations ou des autorités qui participent à la promotion de cet oignon ? Connaissez-vous des événements culturels ou des fêtes ?

Vous semble-t-il qu'il existe un potentiel inexploité pour ce produit ? Qu'est-ce qui peut freiner ou compliquer la promotion de ce produit ?

Quelle est l'aire de production de la BBZ ou de l'oignon de Toulouges, d'après vous ? (réalisation des ZADA)

Comment imaginez-vous votre restaurant dans cinq ans ? Comment voyez-vous l'agriculture locale et, en particulier, la production de légumes du secteur dans 20 à 30 ans ?

## **4.2 GRILLE D'ENTRETIEN AVEC UN MARAÎCHER**

### **4.2.1 Présentation**

Pouvez-vous nous décrire en quelques mots votre structure ? (statut, surface, main d'œuvre, chiffre d'affaires) Et votre rôle au sein de celle-ci ?

Quels sont vos principaux canaux de commercialisation ?

En quelle année êtes-vous devenu agriculteur ?

Avez-vous toujours habité ici ? Sinon, quand êtes-vous arrivé ?

Y'a-t-il des aspects problématiques liés au sol (type, profondeur, cailloux), à la topographie (zone inondable, pente) ou au climat ?

### **4.2.2 Le maraîchage local et la production d'oignons**

Quelle place joue selon vous l'agriculture et, en particulier, de la production de légumes dans le secteur ?

Pourriez-vous citer cinq productions agricoles qui sont les plus emblématiques dans les environs ? La production d'oignons vous paraît-elle emblématique ici ?

Quelle est l'aire de production de la BBZ ou de l'oignon de Toulouges, d'après vous ? (réalisation des ZADA)

Pourriez-vous dire depuis quand est-il cultivé sur le territoire ?

En consommez-vous ? Si oui, comment ? Quelles recettes ?

Quels oignons produisez-vous ? (surface, volume, graines, commercialisation) Pourquoi avoir choisi ces types d'oignons ?

Produisez-vous de l'oignon de Toulouges ou de la BBZ ? Si oui, pour quelles raisons ?

Diriez-vous qu'il existe une mobilisation locale autour de l'oignon de Toulouges ou de la BBZ ? De la part d'associations, pouvoirs publics, agriculteurs ?

Avez-vous connaissance d'évènements, de groupements d'acteurs ?

Diriez-vous qu'il existe un potentiel inexploité dans le cas de l'oignon ? Y a-t-il des éléments qui limitent ou empêchent davantage de mise en valeur ?

#### **4.2.3 Écologie**

Êtes-vous engagé dans une production biologique, agroécologique, biodynamique, raisonnée ? Disposez-vous d'un label ?

Que signifie, pour vous, produire de manière écologique ? Y a-t-il des choix spécifiques en ce sens en termes de travail du sol, d'intrants, de diversification des cultures, de désherbage, d'agroforesterie, du choix des cultivars ?

Qu'est-ce qui vous motive à produire de cette manière ?

Diriez-vous que cultiver une espèce typiquement locale comme l'oignon incite à produire de manière écologique ?

#### **4.2.4 Prospective**

Comment imaginez-vous votre ferme dans 5 ans ? Comment voyez-vous l'agriculture locale et, en particulier, la production de légumes du secteur dans 20 à 30 ans ?

### **4.3 GRILLE D'ENTRETIEN AVEC DES DISTRIBUTEURS OU RESPONSABLES DE MARCHÉS DE GROS**

Pourriez-vous présenter en quelques mots le marché de gros/l'entreprise et donner un aperçu historique ?

Comment fonctionne le marché/l'entreprise ? Dans le cas d'un marché de gros, est-il public ? Quel est le rôle de la ville et de l'agglomération ?

Quels sont les produits proposés ? N'y a-t-il que des légumes et des fruits ?

Y a-t-il d'autres marchés de gros dans le secteur ? Quelle est son importance dans le pays, en France ?

Qui sont les clients ? S'agit-il de restaurateurs, d'épiciers, de supermarchés, de revendeurs pour les marchés hebdomadaires ?

D'où viennent les clients ? (Pyrénées-Orientales, France, Europe)

Pour les légumes et, en particulier, les oignons, d'où viennent les produits ? Du monde entier, d'Allemagne/de France ? En Allemagne et en Bavière, où se trouvent les producteurs qui cultivent des oignons ?

Y a-t-il produits sous labels qui transitent par le marché de gros/par l'entreprise ? Si oui, de quels labels s'agit-il ?

Y a-t-il des légumes biologiques au marché de gros/vendus par l'entreprise ? Si oui, y a-t-il des labels bio ? Y a-t-il des entreprises spécialisées dans les produits biologiques ?

L'aspect local est-il promu sur le marché de gros/par l'entreprise ? Par des labels régionaux, des AOP ?

Les légumes commercialisés sur le marché de gros/par l'entreprise sont-ils principalement des produits « standards » ou existe-t-il des variétés de légumes typiquement locales ? Peut-on trouver des variétés locales ou des oignons de Toulouges ?

Comment se passe la commercialisation de l'oignon de Toulouges/de BBZ ? Avec qui êtes vous en relation ?

Quelle est l'aire de production de la BBZ ou de l'oignon de Toulouges, d'après vous ? (réalisation des ZADA)



## 5 RELEVÉ DES TOPONYMES DANS LES ENTRETIENS

### 5.1 DANS LES PYRÉNÉES-ORIENTALES

Tableau 21 Relevé des toponymes mentionnés durant les entretiens dans les Pyrénées-Orientales

Toponyme	Type	Nombre des entretiens dans lesquels le toponyme est mentionné	Nombre de mentions du toponyme	Part des entretiens dans lesquels le toponyme est mentionné	Nombre moyen d'occurrences dans les entretiens où le toponyme apparaît
Toulouges	Commune	46	752	100,0	16,3
Pyrénées-Orientales (les Pyrénées-Orientales, le département, les P-O)	Collectivité locale (hors commune)	36	176	78,3	4,9
Roussillon (la Plaine, la Plaine du Roussillon, le Roussillon, nom de variété)	Région culturelle ou biophysique	34	151	73,9	4,4
France	Pays	31	100	67,4	3,2
Perpignan	Commune	29	99	63,0	3,4
St-Charles	Lieu-dit, hameau, quartier	25	96	54,3	3,8
Cévennes	Région culturelle ou biophysique	26	95	56,5	3,7
Espagne	Pays	27	75	58,7	2,8
Elné	Commune	20	47	43,5	2,4
Toulouse	Commune	19	39	41,3	2,1
Prades	Commune	13	39	28,3	3,0
En montagne	Éléments génériques	15	34	32,6	2,3
Salanque	Région culturelle ou biophysique	15	32	32,6	2,1
Ille-sur-Têt	Commune	13	28	28,3	2,2
Céret	Commune	9	27	19,6	3,0
Paris (Paris, région parisienne, Paname)	Commune	19	26	41,3	1,4
Collioure	Commune	4	26	8,7	6,5
Catalogne	Collectivité locale (hors commune)	9	21	19,6	2,3
Pézilla-la-Rivière	Commune	7	21	15,2	3,0
Thuir	Commune	11	21	23,9	1,9
Espelette	Commune	4	21	8,7	5,3
Europe (Europe, UE, Union Européenne)	Région culturelle ou biophysique	9	21	19,6	2,3
Italie	Pays	12	20	26,1	1,7
Maroc	Pays	8	19	17,4	2,4
Aude	Collectivité locale (hors commune)	9	18	19,6	2,0
Provence	Région culturelle ou biophysique	10	18	21,7	1,8
Le Soler	Commune	11	17	23,9	1,5
Rungis	Commune	10	16	21,7	1,6
Lézignan-la-Cèbe	Commune	6	15	13,0	2,5

Palau-del-Vidre	Commune	4	13	8,7	3,3
Conflent	Région culturelle ou biophysique	7	13	15,2	1,9
Argelès	Commune	9	12	19,6	1,3
Narbonne	Commune	7	12	15,2	1,7
Bompas	Commune	10	12	21,7	1,2
Crimée	Collectivité locale (hors commune)	3	11	6,5	3,7
Rivesaltes	Commune	8	11	17,4	1,4
Conat	Commune	3	11	6,5	3,7
Mer Méditerranée (mer, régions méditerranéennes)	Région culturelle ou biophysique	5	11	10,9	2,2
Pyrénées	Région culturelle ou biophysique	5	11	10,9	2,2
Occitanie	Collectivité locale (hors commune)	5	10	10,9	2,0
St-Estève	Commune	6	10	13,0	1,7
Figuères	Commune	6	10	13,0	1,7
St-Hippolyte	Commune	5	10	10,9	2,0
Cerdagne	Région culturelle ou biophysique	6	10	13,0	1,7
Bretagne	Collectivité locale (hors commune)	6	9	13,0	1,5
Montpellier	Commune	6	9	13,0	1,5
Vinça	Commune	5	9	10,9	1,8
La Têt (vallée ou fleuve)	Région culturelle ou biophysique	7	9	15,2	1,3
Canigou	Région culturelle ou biophysique	5	9	10,9	1,8
Baho	Commune	4	8	8,7	2,0
Béziers	Commune	4	8	8,7	2,0
Millas	Commune	6	8	13,0	1,3
Claira	Commune	4	8	8,7	2,0
Marmande	Commune	3	8	6,5	2,7
Roscoff	Commune	5	7	10,9	1,4
Bordeaux	Commune	5	7	10,9	1,4
Salses-le-Château	Commune	3	7	6,5	2,3
St-Laurent-de-Salanque	Commune	4	7	8,7	1,8
Arles-sur-Tech	Commune	2	7	4,3	3,5
Solliès	Commune	1	7	2,2	7,0
Serrabonne	Lieu-dit, hameau, quartier	3	7	6,5	2,3
Catalogne Sud	Région culturelle ou biophysique	6	7	13,0	1,2
Gers	Collectivité locale (hors commune)	3	6	6,5	2,0
Nîmes	Commune	3	6	6,5	2,0
Port-Vendres	Commune	4	6	8,7	1,5
Ste-Marie-de-la-Mer	Commune	5	6	10,9	1,2
Torreilles	Commune	4	6	8,7	1,5

Normandie	Collectivité locale (hors commune)	1	5	2,2	5,0
Maury	Commune	1	5	2,2	5,0
Canohès	Commune	5	5	10,9	1,0
Fourques	Commune	2	5	4,3	2,5
Pia	Commune	4	5	8,7	1,3
Evol	Commune	2	5	4,3	2,5
Mosset	Commune	2	5	4,3	2,5
Vernet-les-Bains	Commune	1	5	2,2	5,0
Alpes	Région culturelle ou biophysique	3	5	6,5	1,7
Pays Basque	Région culturelle ou biophysique	3	5	6,5	1,7
Hérault	Collectivité locale (hors commune)	4	4	8,7	1,0
Angers	Commune	2	4	4,3	2,0
Le Barcarès	Commune	2	4	4,3	2,0
Prats-de-Mollo	Commune	2	4	4,3	2,0
Bouches-du-Rhône	Commune	2	4	4,3	2,0
Prats-Balaguer	Commune	3	4	6,5	1,3
Ria	Commune	1	4	2,2	4,0
Valls	Commune	3	4	6,5	1,3
Ste-Eugénie	Lieu-dit, hameau, quartier	3	4	6,5	1,3
Marcevol	Lieu-dit, hameau, quartier	4	4	8,7	1,0
Beilhance	Lieu-dit, hameau, quartier	1	4	2,2	4,0
Suisse	Pays	2	4	4,3	2,0
Etats-Unis	Pays	3	4	6,5	1,3
Nouvelle-Zélande	Pays	3	4	6,5	1,3
Vallespir	Région culturelle ou biophysique	2	4	4,3	2,0
Région Languedoc-Roussillon	Collectivité locale (hors commune)	2	3	4,3	1,5
Gard	Collectivité locale (hors commune)	3	3	6,5	1,0
Aveyron	Collectivité locale (hors commune)	1	3	2,2	3,0
Vilafant	Commune	1	3	2,2	3,0
Avignon	Commune	2	3	4,3	1,5
Bages	Commune	3	3	6,5	1,0
Théza	Commune	3	3	6,5	1,0
Carcassonne	Commune	3	3	6,5	1,0
Los Masos	Commune	3	3	6,5	1,0
Marseille	Commune	3	3	6,5	1,0
Villefranche-de-Conflent	Commune	3	3	6,5	1,0
Aubagne	Commune	1	3	2,2	3,0
Gérone	Commune	3	3	6,5	1,0
Leucate	Commune	2	3	4,3	1,5

Lyon	Commune	1	3	2,2	3,0
Nohèdes	Commune	2	3	4,3	1,5
Pontoise	Commune	1	3	2,2	3,0
Tours	Commune	1	3	2,2	3,0
Cuba	Pays	1	3	2,2	3,0
Portugal	Pays	2	3	4,3	1,5
Israël	Pays	2	3	4,3	1,5
Allemagne	Pays	4	3	8,7	0,8
Beauce	Région culturelle ou biophysique	2	3	4,3	1,5
Nord de la France	Région culturelle ou biophysique	3	3	6,5	1,0
Ribéral	Région culturelle ou biophysique	2	3	4,3	1,5
Massif des Aspres	Région culturelle ou biophysique	1	3	2,2	3,0
Plateau de Sault	Région culturelle ou biophysique	1	3	2,2	3,0
Tarn	Collectivité locale (hors commune)	1	2	2,2	2,0
Finistère	Collectivité locale (hors commune)	2	2	4,3	1,0
Vaucluse	Collectivité locale (hors commune)	2	2	4,3	1,0
Charente	Collectivité locale (hors commune)	1	2	2,2	2,0
Corse	Collectivité locale (hors commune)	2	2	4,3	1,0
Drôme	Collectivité locale (hors commune)	2	2	4,3	1,0
Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur	Collectivité locale (hors commune)	1	2	2,2	2,0
Alénya	Commune	2	2	4,3	1,0
Bouleternère	Commune	1	2	2,2	2,0
Guérande	Commune	1	2	2,2	2,0
Toulon	Commune	2	2	4,3	1,0
Villelongue	Commune	2	2	4,3	1,0
Bruxelles	Commune	2	2	4,3	1,0
Estagel	Commune	2	2	4,3	1,0
Eus	Commune	2	2	4,3	1,0
Fitou	Commune	2	2	4,3	1,0
Fuilla	Commune	2	2	4,3	1,0
Genève	Commune	2	2	4,3	1,0
Marquixanes	Commune	2	2	4,3	1,0
Strasbourg	Commune	2	2	4,3	1,0
Baillestavy	Commune	2	2	4,3	1,0
Bayonne	Commune	1	2	2,2	2,0
Cabestany	Commune	2	2	4,3	1,0
Joch	Commune	2	2	4,3	1,0
Rodes	Commune	1	2	2,2	2,0

St-Laurent-de-Cerdans	Commune	1	2	2,2	2,0
Tarassac	Commune	1	2	2,2	2,0
Tautavel	Commune	2	2	4,3	1,0
Trébons	Commune	2	2	4,3	1,0
Villemolaque	Commune	1	2	2,2	2,0
Parc Ducup	Lieu-dit, hameau, quartier	2	2	4,3	1,0
Algérie	Pays	1	2	2,2	2,0
Belgique	Pays	2	2	4,3	1,0
Grèce	Pays	2	2	4,3	1,0
Pologne	Pays	2	2	4,3	1,0
Sénégal	Pays	1	2	2,2	2,0
Thaïlande	Pays	2	2	4,3	1,0
Aubrac	Région culturelle ou biophysique	2	2	4,3	1,0
Gibraltar	Région culturelle ou biophysique	1	2	2,2	2,0
Fenouillèdes	Région culturelle ou biophysique	2	2	4,3	1,0
L'Agly (vallée ou fleuve)	Région culturelle ou biophysique	1	2	2,2	2,0
Le Caillan (vallée ou cours d'eau)	Région culturelle ou biophysique	1	2	2,2	2,0
Lubéron	Région culturelle ou biophysique	1	2	2,2	2,0
Touraine	Région culturelle ou biophysique	1	2	2,2	2,0
Angleterre	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Guadeloupe	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Rhône-Alpes	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Tarn-et-Garonne	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Alsace	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Aragon	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Ariège	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Tahiti	Collectivité locale (hors commune)	1	1	2,2	1,0
Agadir	Commune	1	1	2,2	1,0
Biarritz	Commune	1	1	2,2	1,0
Brest	Commune	1	1	2,2	1,0
Canet	Commune	1	1	2,2	1,0
Clermont-Ferrand	Commune	1	1	2,2	1,0
Font-Romeu	Commune	1	1	2,2	1,0
Galice	Commune	1	1	2,2	1,0
Grenoble	Commune	1	1	2,2	1,0
Laguirole	Commune	1	1	2,2	1,0
Latour-de-France	Commune	1	1	2,2	1,0

Lautrec	Commune	1	1	2,2	1,0
Le Boulou	Commune	1	1	2,2	1,0
Le Perthus	Commune	1	1	2,2	1,0
Lille	Commune	1	1	2,2	1,0
Matemale	Commune	1	1	2,2	1,0
Nancy	Commune	1	1	2,2	1,0
Palamos	Commune	1	1	2,2	1,0
Pollestres	Commune	1	1	2,2	1,0
Py	Commune	1	1	2,2	1,0
Rouen	Commune	1	1	2,2	1,0
Saleilles	Commune	1	1	2,2	1,0
Sorède	Commune	1	1	2,2	1,0
Trouilla	Commune	1	1	2,2	1,0
Valence	Commune	1	1	2,2	1,0
Villeneuve-la-Rivière	Commune	1	1	2,2	1,0
Vintimille	Commune	1	1	2,2	1,0
Aix-en-Provence	Commune	1	1	2,2	1,0
Annecy	Commune	1	1	2,2	1,0
Ax-les-Thermes	Commune	1	1	2,2	1,0
Barcelone	Commune	1	1	2,2	1,0
Castelnaudary	Commune	1	1	2,2	1,0
Chambéry	Commune	1	1	2,2	1,0
Clara	Commune	1	1	2,2	1,0
Fillols	Commune	1	1	2,2	1,0
Finestret	Commune	1	1	2,2	1,0
Grenade	Commune	1	1	2,2	1,0
L'Emporda (Catalogne espagnole)	Commune	1	1	2,2	1,0
Llauro	Commune	1	1	2,2	1,0
Lodève	Commune	1	1	2,2	1,0
Montauban	Commune	1	1	2,2	1,0
Montauriol	Commune	1	1	2,2	1,0
Mont-de-Marsan	Commune	1	1	2,2	1,0
Montferrer	Commune	1	1	2,2	1,0
Odeillo	Commune	1	1	2,2	1,0
Oms	Commune	1	1	2,2	1,0
Pézenas	Commune	1	1	2,2	1,0
Planès	Commune	1	1	2,2	1,0
Rennes	Commune	1	1	2,2	1,0
Reynès	Commune	1	1	2,2	1,0
Rigarda	Commune	1	1	2,2	1,0
Sigean	Commune	1	1	2,2	1,0

St-Cyprien	Commune	1	1	2,2	1,0
St-Denis	Commune	1	1	2,2	1,0
St-Paul-de-Fenouillet	Commune	1	1	2,2	1,0
Tressere	Commune	1	1	2,2	1,0
Valmanya	Commune	1	1	2,2	1,0
Fonfreyde	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	2,2	1,0
Place de la République (Perpignan)	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	2,2	1,0
Autriche	Pays	1	1	2,2	1,0
République Tchèque	Pays	1	1	2,2	1,0
Royaume-Uni	Pays	1	1	2,2	1,0
Tunisie	Pays	1	1	2,2	1,0
Turquie	Pays	1	1	2,2	1,0
Ukraine	Pays	1	1	2,2	1,0
Congo	Pays	1	1	2,2	1,0
Togo	Pays	1	1	2,2	1,0
Albères	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Amérique du Sud	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Amérique latine	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Bénélux	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Europe de l'Est	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Europe du nord	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Le Rhône (vallée ou fleuve)	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Maghreb	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Massane	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Afrique	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Béarn	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Canal de Bohère	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Cap Béar	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Capcir	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Côte vermeille	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Côtes-du-Rhône	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Larzac	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Le Crest	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Le Tech (vallée ou fleuve)	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Lodévois	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0

Plaine de la Crau	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0
Vallée de la Rotja	Région culturelle ou biophysique	1	1	2,2	1,0

## 5.2 DANS LA RÉGION DE BAMBERG

Tableau 22 Relevé des toponymes mentionnés durant les entretiens dans la région de Bamberg

Toponyme	Type	Nombre de mentions du toponyme	Nombre des entretiens dans lesquels le toponyme est mentionné	Part des entretiens dans lesquels le toponyme est mentionné	Nombre moyen d'occurrences dans les entretiens où le toponyme apparaît
Bamberg	Commune	20	598	100	29,9
Nuremberg	Commune	16	82	80	5,1
Oberfranken	Collectivité locale (hors commune)	13	49	65	3,8
Allemagne	Pays	15	41	75	2,7
Knoblauchland	Région culturelle ou biophysique	11	38	55	3,5
Franconie	Région culturelle ou biophysique	12	29	60	2,4
Gärtnerstadt (quartier des maraîchers)	Lieu-dit, hameau, quartier	9	26	45	2,9
Forchheim	Commune	8	26	40	3,3
Bayreuth	Commune	6	18	30	3,0
Kitzingen	Commune	5	18	25	3,6
Erlangen	Commune	6	16	30	2,7
Moyenne-Franconie (Mittelfranken)	Collectivité locale (hors commune)	9	14	45	1,6
Bavière	Collectivité locale (hors commune)	7	14	35	2,0
Basse-Franconie (Unterfranken)	Collectivité locale (hors commune)	7	14	35	2,0
France	Pays	6	14	30	2,3
Italie	Pays	6	13	30	2,2
Pays-Bas	Pays	5	12	25	2,4
Hallstadt	Commune	6	11	30	1,8
Wurtzbourg	Commune	6	11	30	1,8
Nordflur	Lieu-dit, hameau, quartier	6	10	30	1,7
Obere Gärtnerrei	Lieu-dit, hameau, quartier	4	10	20	2,5
Untere Gärtnerrei	Lieu-dit, hameau, quartier	4	10	20	2,5
Lichtenfels	Commune	6	9	30	1,5
Südflur	Lieu-dit, hameau, quartier	6	9	30	1,5
Autriche	Pays	3	8	15	2,7
Suisse	Pays	4	6	20	1,5
Europe	Pays	3	6	15	2,0
Niederbayern	Collectivité locale (hors commune)	2	6	10	3,0
Memmelsdorf	Commune	1	6	5	6,0



Coburg	Commune	5	5	25	1,0
Schweinfurt	Commune	5	5	25	1,0
Chine	Pays	4	5	20	1,3
Espagne	Pays	4	5	20	1,3
Angleterre	Collectivité locale (hors commune)	3	5	15	1,7
Landkreis de Bamberg	Collectivité locale (hors commune)	3	5	15	1,7
Erfurt	Commune	3	5	15	1,7
Fürth	Commune	4	4	20	1,0
Oberpfalz	Collectivité locale (hors commune)	3	4	15	1,3
Munich	Commune	3	4	15	1,3
Nord de l'Allemagne (Norddeutschland)	Région culturelle ou biophysique	3	4	15	1,3
Ingolstadt	Commune	2	4	10	2,0
Baiersdorf	Commune	2	4	10	2,0
Suisse franconienne (Fränkische Schweiz)	Région culturelle ou biophysique	2	4	10	2,0
Amérique	Région culturelle ou biophysique	2	4	10	2,0
Nord de la Bavière (Nord Bayern)	Région culturelle ou biophysique	2	4	10	2,0
Landkreis de Forchheim	Collectivité locale (hors commune)	1	4	5	4,0
Asie (Asie, pays asiatiques)	Région culturelle ou biophysique	4	3	20	0,8
Strullendorf	Commune	3	3	15	1,0
Pologne	Pays	3	3	15	1,0
Galgenfuhr	Lieu-dit, hameau, quartier	3	3	15	1,0
Königstraße	Lieu-dit, hameau, quartier	3	3	15	1,0
Nürnberger Straße	Lieu-dit, hameau, quartier	3	3	15	1,0
Sandstraße	Lieu-dit, hameau, quartier	3	3	15	1,0
Frankenwald (Forêt franconienne)	Région culturelle ou biophysique	3	3	15	1,0
Jura franconien (Fränkischer Jura)	Région culturelle ou biophysique	3	3	15	1,0
Angers	Commune	2	3	10	1,5
Hirschhaid	Commune	2	3	10	1,5
Roumanie	Pays	2	3	10	1,5
Australie	Pays	2	3	10	1,5
Danemark	Pays	2	3	10	1,5
Inde	Pays	2	3	10	1,5
Dingölfing	Commune	1	3	5	3,0
Regensburg	Commune	1	3	5	3,0
Gärtner Viertel (quartier des maraîchers)	Lieu-dit, hameau, quartier	1	3	5	3,0
Metropolregion Nuremberg	Collectivité locale (hors commune)	2	2	10	1,0
Ebermannstadt	Commune	2	2	10	1,0

Bad Staffelstein	Commune	2	2	10	1,0
Berlin	Commune	2	2	10	1,0
Göttingen	Commune	2	2	10	1,0
Thüringen	Commune	2	2	10	1,0
Egypte	Pays	2	2	10	1,0
Bamberg-Sud	Lieu-dit, hameau, quartier	2	2	10	1,0
Heiliggrabstraße	Lieu-dit, hameau, quartier	2	2	10	1,0
Regnitz	Région culturelle ou biophysique	2	2	10	1,0
Ebensfeld	Commune	1	2	5	2,0
Pinzberg	Commune	1	2	5	2,0
Gochsheim	Commune	1	2	5	2,0
Hamburg	Commune	1	2	5	2,0
Perpignan	Commune	1	2	5	2,0
Weinberg	Commune	1	2	5	2,0
Zeil am Main	Commune	1	2	5	2,0
Bodensee	Région culturelle ou biophysique	1	2	5	2,0
Bodenstein	Région culturelle ou biophysique	1	2	5	2,0
Landkreis de Bayreuth	Collectivité locale (hors commune)	1	1	5	1,0
Landkreis de Lichtenfels	Collectivité locale (hors commune)	1	1	5	1,0
Landkreis Haßberge	Collectivité locale (hors commune)	1	1	5	1,0
Brandenburg	Collectivité locale (hors commune)	1	1	5	1,0
Niederpfalz	Collectivité locale (hors commune)	1	1	5	1,0
Rheinland-Pfalz	Collectivité locale (hors commune)	1	1	5	1,0
Hosberg	Commune	1	1	5	1,0
Kraftshof	Commune	1	1	5	1,0
Lisberg	Commune	1	1	5	1,0
Priesendorf	Commune	1	1	5	1,0
Rohnhof	Commune	1	1	5	1,0
Trockau	Commune	1	1	5	1,0
Waischenfeld	Commune	1	1	5	1,0
Burgkunstadt	Commune	1	1	5	1,0
Haßfurt	Commune	1	1	5	1,0
Heiligberg	Commune	1	1	5	1,0
Kulmbach	Commune	1	1	5	1,0
Oberhaid	Commune	1	1	5	1,0
Schwandorf	Commune	1	1	5	1,0
Baden Baden	Commune	1	1	5	1,0
Bath	Commune	1	1	5	1,0
Feuchtwangen	Commune	1	1	5	1,0

Heidelberg	Commune	1	1	5	1,0
Hollfeld	Commune	1	1	5	1,0
Kirchheim	Commune	1	1	5	1,0
Lichteneiche	Commune	1	1	5	1,0
Litzendorf	Commune	1	1	5	1,0
Lübeck	Commune	1	1	5	1,0
Möhrendorf	Commune	1	1	5	1,0
Schwabach	Commune	1	1	5	1,0
Sennfeld	Commune	1	1	5	1,0
Stralsund	Commune	1	1	5	1,0
Streitberg	Commune	1	1	5	1,0
Stuttgart	Commune	1	1	5	1,0
Totnes (GB)	Commune	1	1	5	1,0
Toulon	Commune	1	1	5	1,0
Ulm	Commune	1	1	5	1,0
Weimar	Commune	1	1	5	1,0
Wismar	Commune	1	1	5	1,0
Hongrie	Pays	1	1	5	1,0
Belgique	Pays	1	1	5	1,0
Grande-Bretagne	Pays	1	1	5	1,0
Grèce	Pays	1	1	5	1,0
Maroc	Pays	1	1	5	1,0
Ukraine	Pays	1	1	5	1,0
Grünermarkt	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Gosberg	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Am Kranen	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Bergstadt	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Gartenstadt	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Innerstadt	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Inselstadt	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Maxplatz	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Michaelsberg	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Stefansberg	Lieu-dit, hameau, quartier	1	1	5	1,0
Amérique du Nord	Région culturelle ou biophysique	1	1	5	1,0
Amérique du Sud	Région culturelle ou biophysique	1	1	5	1,0
Danube	Région culturelle ou biophysique	1	1	5	1,0
Europe centrale	Région culturelle ou biophysique	1	1	5	1,0
Le Main (cours d'eau)	Région culturelle ou biophysique	1	1	5	1,0
Sud de l'Allemagne	Région culturelle ou biophysique	1	1	5	1,0

Sud de la Bavière (Südbayern)	Région culturelle ou biophysique	1	1	5	1,0
-------------------------------	----------------------------------	---	---	---	-----

## 6 RELEVÉ DU PRIX DE L'OIGNON DE TOULOUGES DANS DES PETITES, MOYENNES ET GRANDES SURFACES DES PYRÉNÉES-ORIENTALES

Tableau 23 Relevé des prix de l'oignon de Toulouges dans des petites, moyennes et grandes surfaces des Pyrénées-Orientales

Commune	Nom du magasin (enseigne, lieu)	Dénomination du produit	Prix (en €)	Label AB
Canohès	Intermarché	oignon de Toulouges ; Oignon Toulouges	4,99	
Le Soler	Comptoir de la Bio	Oignon rouge de Toulouges	3,9	AB
Le Soler	Intermarché	Oignon rouge Toulouges vrac		
Le Soler	Carrefour Contact	Oignon rouge de Toulouges	3,9	
Le Soler	La Ferme d'Avant	Oignon Toulouge	3,9	AB
Le Soler	Oh Délices Paysans	Oignon tendre ; Oignon rouge de Toulouges ;	1,9/botte	
Ille-sur-Têt	U	Oignon de Toulouges	3,75	
Llupia	Intermarché	Oignon de Toulouge	4,99	
Millas	Intermarché	Oignon rouge Toulouges vrac	4,49	
Perpignan	Biocoop	Oignons rouge	4,64	AB
Perpignan	Auchan	Oignon rouge Toulouges	4,99	
Perpignan	Grand Frais	Oignon de Toulouges	2,99	
Perpignan	Leclerc Sud	Oignon de Toulouges ; Oignon rouge Toulouge	3,49	
Perpignan	Intermarché Perpignan		4,99	
Perpignan	Auchan	Oignon rouge ; Oignon rouge Toulouges	4,99	
St Estève	Intermarché	Oignon rouge vrac (rouge Toulouge)	5,99	
Thuir	U	Oignon Toulouge	3,9	
Vinça	Vival		4,5	

Tableau 24 Liste des magasins visités ne proposant pas d'oignons de Toulouges

Commune	Nom du magasin (enseigne, lieu)
Cabestany	Spar
Ille-sur-Têt	Netto
Le Soler	Oh Délices Paysans
Le Soler	Oh Délices Paysans
Ille-sur-Têt	Aldi
Perpignan	Carrefour Express Gare
Perpignan	Carrefour Express Moulin à vent
Perpignan	Aldi Moulin à vent
Perpignan	Lidl Moulin à Vent
Perpignan	Lidl St Charles

Perpignan	Casino Perpignan
Perpignan	Lidl Porte d'Espagne
Perpignan	Lidl Gare
Perpignan	Aldi St-Charles
St Estève	Lidl
St Estève	Intermarché
Thuir	Aldi
Thuir	Lidl
Thuir	Netto
Thuir	Aldi

## 7 TABLE DES ACRONYMES

Acronyme	Signification
AB	Agriculture Biologique
AELF	Office de l'alimentation, de l'agriculture et des forêts ; <i>Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten</i>
AMAP	Association pour le maintien d'une agriculture paysanne
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée
AOP	Appellation d'Origine Protégée
BBZ	<i>Bamberger birnenförmige Zwiebel</i>
BP	Bassin de production
BP	Bassin de production
BPREA	Brevet Professionnel Responsable d'Entreprise Agricole
BTSa	Brevet de technicien supérieur agricole
CFA	Centre de Formation Agricole
CFPPA	Centre de formation professionnelle et de promotion agricoles
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
CIVAM	Centre d'initiatives pour valoriser l'agriculture et le milieu rural
CNRTL	Centre national de ressources textuelles et lexicales
CTPS	Comité technique permanent de la sélection
CVPO	Office communautaire des variétés végétales
De-We	Denscheilmann – Wellein
DHS	Distincte Homogène Stable
DRAAF	Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt
EMDP	Enseignes à Dominante Marque Propre
GASC	Grossistes à Service Complet
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
GNIS	Groupement national interprofessionnel des semences et plants (renommé "Semae" dans les années 2010)
IG	Indication Géographique
IGN	Institut national de l'information géographique et forestière

IGP	Indication Géographique Protégée
INRAE	Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
IRQUALIM	Institut régional Qualité Agroalimentaire
LfL	Institut bavarois de la viticulture et de l'horticulture ; <i>Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft</i>
LWG	Institut bavarois de l'agriculture ; <i>Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau</i>
MIN	Marchés d'Intérêt National
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OSM	Open Street Map
OTEX	Orientation technico-économique des exploitations agricoles
PAT	Projet Alimentaire Territorial
PBS	Production Brute Standard
PRA	Petites Régions Agricoles
RA	Recensement Agricole
RA	Recensement agricole
RNM	Réseau des Nouvelles des Marchés
RPG	Registre Parcellaire Graphique
SARL	Société à responsabilité limitée
SAS	Société par actions simplifiée
SHS	Sciences Humaines et Sociales
SIQO	Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine
Solawi	<i>Solidarische Landwirtschaft</i> , Agriculture solidaire
StMELF	Ministère bavarois de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Forêts ; Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
UE	Union Européenne
VAT	Valeur Agronomique Technologique
ZADA	Zonage À Dires d'Acteurs

## 8 TABLE DES FIGURES

Figure 1 De la ressource à l'actif : le cadre conceptuel .....	8
Figure 2 Présentation des terrains d'étude et des écotypes locaux qui y sont cultivés .....	12
Figure 3 Cycle bisannuel de l'oignon .....	49
Figure 4 Principaux pays producteurs d'oignons dans le monde .....	52
Figure 5 Productions d'oignon en France et en Allemagne.....	55
Figure 6 Le vocabulaire de l'oignon en allemand .....	56
Figure 7 L'oignon, légume invisibilisé par le RPG.....	82
Figure 8 Localisation des personnes rencontrées dans le cadre de l'enquête dans la région de Bamberg.....	100
Figure 9 Localisation des personnes rencontrées dans le cadre de l'enquête dans les Pyrénées-Orientales .....	101

Figure 10 Contexte politique et paysager dans le terrain d'étude bambergeois .....	104
Figure 11 L'oignon en gros et en détail : une visite des sites de distribution .....	131
Figure 12 En quête d'oignons dans les marchés et supermarchés. Localisation des sites visités.....	135
Figure 13 Le logiciel Nvivo dans la pratique. Capture d'écran de l'interface.....	142
Figure 14 Place de Nvivo dans l'analyse.....	142
Figure 15 Représentations du bassin de production .....	148
Figure 16 Procédé suivi pour la réalisation des Zonages à direx d'acteurs.....	151
Figure 17 Relevé de toponymes de l'agglomération marseillaise dans le roman Chourmo (source : Troin, 2016) .....	158
Figure 18 Relevé de toponymes de l'agglomération barcelonaise dans le roman L'Ombre du vent (source : Troin, 2016) ..	158
Figure 19 Relevé de toponymes à l'échelle de l'Espagne et du monde dans le roman L'Ombre du vent (source : Troin, 2016) .....	158
Figure 20 Procédé suivi pour réaliser la cartographie des toponymes.....	159
Figure 21 Méthode de réalisation des ZADA .....	159
Figure 22 4 cas-types de toponymes relevés dans les entretiens .....	162
Figure 23 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans les Pyrénées-Orientales (Carte 1 sur 3)....	165
Figure 24 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans les Pyrénées-Orientales (Carte 2 sur 3)....	166
Figure 25 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans les Pyrénées-Orientales (Carte 3 sur 3)....	167
Figure 26 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 1 sur 4) .....	168
Figure 27 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 2 sur 4) .....	169
Figure 28 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 3 sur 4) .....	170
Figure 29 Cartographie des toponymes relevés dans les entretiens menés dans la région de Bamberg (Carte 4 sur 4) .....	171
Figure 30 Des perceptions aux représentations.....	175
Figure 31 Perceptions, représentations et pratiques : un triptyque de notions complémentaires .....	184
Figure 32 Relier discours, perceptions, représentations et pratiques dans une démarche compréhensive .....	184
Figure 33 Les acteurs du système marchand .....	191
Figure 34 Représentation schématique des types de bassin de production identifiés par Sarrazin (2016) .....	196
Figure 35 De la zone d'étude au bassin maraîcher.....	201
Figure 36 Localisation des cultures maraîchères d'après Peyrière et al. (1938).....	213
Figure 37 L'est des Pyrénées-Orientales : un bassin de production maraîcher .....	214
Figure 38 Le bassin maraîcher et sa desserte par des infrastructures de transport d'échelle nationale et européenne .....	226
Figure 39 La zone de St-Charles : la pierre angulaire du système marchand.....	227
Figure 40 Le bassin maraîcher de Bamberg (réalisation : Jaume, 2023) .....	243
Figure 41 Représentation schématique de la maison des maraîchers bambergeois au sein de la Gärtnerstadt.....	247
Figure 42 Évolution de la localisation des surfaces maraîchères dans le bassin de Bamberg .....	248
Figure 43 Le bassin maraîcher de Bamberg à l'échelle du centre-ville de Bamberg et de la Gärtnerstadt.....	252
Figure 44 Le Knoblauchsland, un autre bassin de production maraîcher au sud de Bamberg .....	254
Figure 45 Le bassin maraîcher desservi par des voies de communication à grande échelle.....	257
Figure 46 Le Plan d'urbanisme de Bamberg et sa prise en compte de l'activité maraîchère. Extrait au niveau de l'Untere Gärtnerei (Jardin Inférieur) .....	263
Figure 47 Quelques mots en Gärtnersprache, la langue des maraîchers.....	270
Figure 48 Le micro-bassin de la Bamberger birnenförmige Zwiebel .....	275
Figure 49 Le micro-bassin de l'oignon de Toulouges .....	278
Figure 50 De la graine aux étals. Organisation de la production de BBZ dans trois exploitations .....	282
Figure 51 De la graine aux étals. Organisation de la production d'oignons de Toulouges dans cinq exploitations .....	283

Figure 52 Les acteurs de la production de graines et de plants, extérieurs aux micro-bassins : des parties prenantes méconnues par une partie des enquêtés.....	285
Figure 53 Relevé des pratiques des acteurs pour cultiver l'oignon .....	305
Figure 54 De la graine à l'oignon .....	312
Figure 55 Relevé des prix dans les magasins visités durant l'enquête .....	369
Figure 56 L'oignon de Toulouges : un produit mis en avant dans les GMS des Pyrénées-Orientales : entre oignon de Toulouge(s) et oignons rouges.....	410
Figure 57 Des maraîchers présents sur les réseaux sociaux.....	415
Figure 58 Extraits de la brochure sur les maraîchers de Bamberg éditée par le Groupement d'intérêt des horticulteurs de Bamberg.....	416
Figure 59 Le langage patrimonial inspiré d'Oulebsir et Swenson (2015).....	452
Figure 60 Synthèse des ZADA réalisés dans la région de Bamberg .....	486
Figure 61 Trois tracés-types observés dans les ZADA.....	487
Figure 62 Différenciation des ZADA réalisés dans la région de Bamberg suivant l'origine sociale de l'acteur .....	489
Figure 63 Différenciation des ZADA réalisés dans la région de Bamberg suivant l'appartenance ou non à la filière de la BBZ .....	490
Figure 64 Différenciation des ZADA réalisés dans la région de Bamberg suivant l'origine géographique de l'acteur .....	491
Figure 65 Le langage patrimonial, un lexique approprié .....	499
Figure 66 Synthèse des ZADA réalisés dans les Pyrénées-Orientales.....	519
Figure 67 Trois tracés-types observés dans les ZADA.....	520
Figure 68 Différenciation des ZADA réalisés dans les Pyrénées-Orientales suivant l'origine sociale de l'acteur.....	523
Figure 69 Différenciation des ZADA réalisés dans les Pyrénées-Orientales suivant l'origine géographique de l'acteur.....	525
Figure 70 La signification territoriale donnée à l'oignon : essai de typologie .....	549

## 9 TABLE DES ILLUSTRATIONS

Illustration 1 Oignon de Toulouges (Jaume, 2022).....	13
Illustration 2 Bamberger birnenförmige Zwiebel (Jaume, 2021).....	14
Illustration 3 Ombelles de Bamberger birnenförmige Zwiebel (Jaume, 2021).....	47
Illustration 4 Zwiebert, la mascotte du Centre du patrimoine mondial de Bamberg (source : Page Facebook du Zentrum Welterbe Bamberg) .....	204
Illustration 5 Un oignon sur la « Carte gastronomique, routière & administrative de la France » de Monin éditée en 1830 .....	206
Illustration 6 Vente de légumes sur le marché de gros de Perpignan dans les années 1930 (source : Peyrière et al., 1938).....	224
Illustration 7 Le Marché de gros de Perpignan et sa halle aux carreaux (Jaume, 2022) .....	229
Illustration 8 Carte de Bamberg par Merian (1687) qui localise des terres maraîchères aux abords de la ville (source : Weiss, 1974).....	245
Illustration 9 Maison typique du quartier de la Gärtnerstadt (Jaume, 2021) .....	246
Illustration 10 Le marché quotidien de Bamberg sur le Grüner Markt (Jaume, 2021).....	257
Illustration 11 Panneaux informatifs ponctuant le parcours du sentier pédestre au sein de la Gärtnerstadt (Jaume, 2021).....	265



Illustration 12 Mémorial représentant St-Sébastien, commémorant les maraîchers morts lors des deux Guerres mondiales et situé au milieu de parcelles maraîchères dans le secteur de Nordflur à Bamberg : un témoin de la dimension religieuse de l'identité professionnelle des maraîchers (Jaume, 2021).....	266
Illustration 13 Tableau synthétique établi par un maraîcher pour organiser sa production d'oignons.....	331
Illustration 14 Plants d'oignons de Toulouges .....	334
Illustration 15 Parcelles dans les Pyrénées-Orientales où les oignons sont cultivés sous paillage plastique et où un espace est laissé pour permettre le désherbage par un tracteur (Jaume, 2021) .....	354
Illustration 16 « Désherbeur à gaz » développé par un maraîcher .....	355
Illustration 17 Oignons de Toulouges sur le marché de plein vent de Prades dans les Pyrénées-Orientales (Jaume, 2022).....	409
Illustration 18 Stand de vente dans l'arrière-cour de la maison d'un maraîcher bambergeois au cœur de la Gärtnerstadt (Jaume, 2021).....	411
Illustration 19 Les Brotzeitzwiebeln : des oignons de gros calibre sur le marché de Bamberg.....	442
Illustration 20 Publication Instagram de la brasserie Schlenkerla présentant des BBZ.....	475

## 10 TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 De l'intérêt théorique d'étudier l'oignon.....	29
Tableau 2 Description botanique de l'oignon suivant la nomenclature APG III (2009) .....	47
Tableau 3 Évolution du prix moyen de l'oignon en France par rapport à la valeur de 2015.....	53
Tableau 4 Comprendre et expliquer : deux démarches qui tendent à être opposées .....	76
Tableau 5 Code associé aux interrogés en fonction du statut justifiant de leur participation à l'enquête.....	112
Tableau 6 Présentation de l'échantillon dans les Pyrénées-Orientales composé de 55 acteurs.....	115
Tableau 7 Présentation de l'échantillon composé des 36 acteurs agricoles dans les Pyrénées-Orientales (pépiniéristes, semenciers, maraîchers).....	116
Tableau 8 Présentation de l'échantillon dans la région de Bamberg composé de 28 acteurs .....	117
Tableau 9 Présentation de l'échantillon composé des 10 acteurs agricoles dans la région de Bamberg (pépiniéristes, semenciers, maraîchers).....	118
Tableau 10 Typologie des magasins alimentaires de détail.....	131
Tableau 11 Catégories obtenues à l'issue de codage des entretiens .....	143
Tableau 12 Classification des toponymes.....	163
Tableau 13 Définitions des seize facteurs composant un bassin de production et identifiés par Sarrazin (2016).....	189
Tableau 14 Surfaces occupées par la culture de légumes en 1923 d'après Ludwig Dürrwächter (1923).....	203
Tableau 15 Estimation des surfaces maraîchères dans les Pyrénées-Orientales d'après une revue bibliographique .....	212
Tableau 16 Quelques chiffres sur le maraîchage dans les Pyrénées-Orientales .....	215
Tableau 17 Tableau de synthèse : du bassin maraîcher au micro-bassin de la BBZ.....	287
Tableau 18 Tableau de synthèse : du bassin maraîcher au micro-bassin de l'oignon de Toulouges .....	291
Tableau 19 L'oignon de Toulouges, des dénominations multiples qui suggèrent sa signification territoriale.....	465
Tableau 20 Sélection conservatrice et adaptatrice. Éléments de définition par Demeulenaere & Bonneuil (2010).....	514
Tableau 21 Relevé des toponymes mentionnés durant les entretiens dans les Pyrénées-Orientales .....	624
Tableau 22 Relevé des toponymes mentionnés durant les entretiens dans la région de Bamberg.....	631
Tableau 23 Relevé des prix de l'oignon de Toulouges dans des petites, moyennes et grandes surfaces des Pyrénées-Orientales .....	635

Tableau 24 Liste des magasins visités ne proposant pas d'oignons de Toulouges.....	635
--	-----

## 11 TABLE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 Évolution du volume d'oignons produits par an dans le monde entre 1996 et 2016 .....	51
Graphique 2 L'oignon, au cœur d'échanges intra-européens .....	53
Graphique 3 Disciplines de rattachement des thèses ayant "oignon" dans leur titre .....	62
Graphique 4 Zones d'étude des thèses ayant "oignon" dans leur titre : un continent africain prédominant.....	63
Graphique 5 Évolution de la surface et du volume de la production d'oignons dans les Pyrénées-Orientales entre 2000 et 2020 .....	207
Graphique 6 Nombre et part des exploitations spécialisées dans le maraîchage ou l'horticulture dans les Pyrénées-Orientales suivant leur taille économique, d'après le Recensement agricole de 2020.....	216
Graphique 7 Nombre d'exploitations maraîchères à Bamberg d'après Wussmann, 1996 .....	250

## 12 TABLE DES MATIÈRES

Remerciements.....	4
Introduction générale.....	7
1 Objectif et hypothèse de recherche.....	16
2 Présentation du plan de la thèse .....	18
3 De l'idée au sujet.....	19
Partie 1 – Faire de l'oignon un objet de recherche.....	28
Introduction : mais, pourquoi l'oignon ?.....	28
Plan de la partie .....	30
Chapitre 1 : Légumes et oignons : quel sens est-il donné à ces produits ? .....	32
1 Légume et maraîchage : éléments de cadrage .....	32
1.1 Définitions .....	32
1.1.1 Le légume.....	32
1.1.2 La production légumière et le maraîchage : enjeux de définition .....	34
1.2 Les légumes à travers les siècles : des représentations contradictoires.....	37
1.3 Les légumes en géographie : un traitement inégal .....	42
2 L'oignon.....	45
2.1 Une approche par le produit.....	45
2.2 Définition .....	46
2.2.1 Étymologie.....	46
2.2.2 Description botanique .....	47
2.2.3 Description agronomique : morphologie, croissance et reproduction.....	47
2.3 L'oignon : une production agricole insérée dans la mondialisation.....	50
2.3.1 La production d'oignons.....	50
2.3.2 La consommation d'oignons .....	56
2.4 Plus qu'un légume : un objet culturel à part entière.....	57
2.4.1 Dans l'Histoire .....	57
2.4.2 Dans l'alimentation .....	59
2.4.3 Dans le langage courant.....	59

2.4.4	Dans l'art : entre littérature et poésie.....	60
2.5	L'oignon comme objet d'étude.....	61
2.6	Écotype local. Éléments de définition.....	64
3	Conclusion du premier chapitre.....	70
Chapitre 2 : Aborder l'oignon par une méthode compréhensive et comparative.....		71
1	Introduction. le terrain : le point commun de ces deux approches et le témoin d'un « imaginaire disciplinaire » (Calbérac, 2010 : 19).....	71
2	Une approche compréhensive.....	75
2.1	Principes.....	75
2.1.1	Comprendre comme leitmotiv.....	75
2.1.2	Une focalisation sur l'acteur.....	77
2.1.3	Une approche qualitative.....	78
2.1.4	Une saisie du sens à travers le discours des acteurs.....	88
2.1.5	Réflexivité.....	90
2.2	Méthode compréhensive, géographie et agriculture.....	92
2.3	Conclusion.....	93
3	Aborder l'oignon par une comparaison.....	93
3.1	La comparaison. Éléments de contexte et de définition.....	94
3.2	Pourquoi comparer ?.....	95
3.3	Que comparer ?.....	97
3.3.1	Délimitation des terrains.....	98
3.3.2	Désignation des périmètres.....	101
3.4	Conclusion.....	106
4	L'enquête de terrain : de la théorie à la pratique.....	106
4.1	Positionnement durant la recherche.....	106
4.1.1	Un témoin plutôt qu'un acteur.....	107
4.1.2	Se présenter comme étudiante.....	108
4.1.3	Quel positionnement à l'étranger ?.....	109
4.1.4	À vélo.....	110
4.2	Entretiens compréhensifs.....	110
4.2.1	Échantillonnage : Qui sont les acteurs de l'oignon ? Mise en lumière d'une diversité de trajectoires socio-professionnelles.....	111
4.2.2	Obtention des coordonnées.....	113
4.2.3	Présentation de l'échantillon.....	115
4.2.4	Portraits d'acteurs.....	120
4.2.5	Déroulement des entretiens.....	127
4.3	Visite de (super)marchés.....	130
4.3.1	Marché de gros.....	132
4.3.2	Marchés de plein vent.....	132
4.3.3	Des petites aux grandes surfaces.....	134
4.4	Recherche d'archives : une recherche au goût d'iceberg.....	136
5	Traiter, analyser et restituer.....	141
5.1	Analyse des entretiens : de Nvivo à l'analyse de discours.....	141
5.2	Du recours à la cartographie.....	146
5.2.1	Cartographier l'espace de production.....	147
5.2.2	Zonage À Dires à d'Acteurs.....	149
5.2.3	Cartographie des toponymes.....	155
5.2.4	Conclusion : la cartographie comme outil pour saisir l'écart entre les discours et la réalité.....	171
5.3	Restituer les résultats.....	172
5.3.1	Écrire la comparaison.....	172

5.3.2	Pratiques, représentations, perceptions : un triptyque analytique .....	174
6	Conclusion du deuxième chapitre .....	184
Chapitre 3 : immersion dans les micro-bassins de l'oignon de Toulouges et de la <i>Bamberger birnenförmige Zwiebel</i> .....		186
1	Du bassin au bassin de production : deux notions pour approcher les terrains d'étude .....	186
1.1	Le bassin de production .....	186
1.1.1	Une définition renouvelée : vers un système social et territorial.....	188
1.1.2	Le bassin de production selon François Sarrazin .....	188
1.1.3	Une typologie : du bassin au micro-bassin.....	195
1.2	Sources utilisées.....	197
1.2.1	Dans les Pyrénées-Orientales .....	197
1.2.2	Dans la région de Bamberg.....	199
2	Deux micro-bassins de production .....	199
2.1	Des zones de production « relativement développées » (Sarrazin, 2016) .....	202
2.1.1	L'oignon et la <i>Bamberger birnenförmige Zwiebel</i> à Bamberg.....	202
2.1.2	Dans les Pyrénées-Orientales .....	206
2.2	Un micro-bassin lié à un bassin de production plus vaste et structuré .....	210
2.2.1	Un bassin de production maraîcher : de la plaine du Roussillon aux Pyrénées-Orientales .....	210
2.2.2	Le bassin maraîcher de Bamberg.....	242
2.3	Un micro-bassin qui s'appuie sur les systèmes marchands, politico-administratifs, d'encadrement technique et innovateurs du bassin maraîcher.....	274
2.3.1	Les liens entre le bassin maraîcher et le micro-bassin de la BBZ .....	274
2.3.2	Les liens entre le bassin maraîcher et le micro-bassin de l'oignon de Toulouges.....	276
2.4	Une filière localisée et atomisée .....	278
2.4.1	Une moindre coordination des acteurs.....	281
2.4.2	Une production atomisée.....	281
2.4.3	Une filière qui se méconnaît .....	284
3	Conclusion du chapitre 3.....	286
Partie 2 : L'oignon et sa signification sensible, économique et sociale .....		297
Introduction : L'hypothèse d'une triple signification accordée à l'oignon .....		297
1	Une signification sociale .....	298
2	Une signification sensible.....	299
3	Une signification économique .....	301
4	Trois significations en tension ? .....	303
Chapitre 4 : Cultiver l'oignon.....		304
1	Introduction .....	304
2	Produire de l'oignon : une lecture économique.....	307
2.1	La rentabilité économique : la chape de plomb.....	307
2.2	Semis ou plants : un arbitrage économique.....	311
2.3	La semence et les plants : une division du travail .....	313
2.3.1	Une division du travail sujette à controverses.....	315
2.4	L'influence palpable du contexte économique.....	317
3	Une relation sensible et sociale qui se noue au fil de la production.....	322
3.1	Une signification sensible révélée par le poids de l'incertitude, des perceptions et des émotions.....	322
3.1.1	L'incertitude : le maître-mot.....	322
3.1.2	Un climat qui alimente de l'incertitude .....	324
3.1.3	Cultiver l'oignon dans un contexte d'incertitude .....	325
3.1.4	Une culture fondée sur des sensations et des émotions.....	332
3.2	Apprendre et transmettre : la signification sociale de la culture d'oignons .....	339
3.2.1	La transmission des savoirs entre pairs .....	339
3.2.2	Une affaire de famille.....	342

3.2.3	Les liens au conseil technique et à la recherche appliquée .....	346
3.2.4	Conclusion : la signification sociale conférée à l'oignon .....	348
4	Des significations entremêlées : désherbage et choix des variétés .....	351
4.1	Étude de cas : herbe et désherbage .....	351
4.1.1	« L'ennemi n°1 » : représentations guerrières de l'herbe .....	352
4.1.2	Désherber : une diversité de pratiques aux significations sensibles et sociales .....	353
4.1.3	Des pratiques sociales : le cas du paillage plastique .....	356
4.1.4	Conclusion .....	358
4.2	Le choix des variétés : le révélateur d'une tension entre économie et sensibilité .....	360
4.2.1	Une signification économique .....	360
4.2.2	L'oignon jeune : entre économie et sensibilité .....	364
4.2.3	Cultiver de la BBZ et de l'oignon de Toulouges : des significations multiples .....	367
4.3	Conclusion : un entremêlement de significations manifesté par le choix des variétés d'oignons .....	377
5	Conclusion du chapitre 4 et discussion .....	378
5.1	L'incorporation : discussion sur l'entremêlement entre signification sensible sociale .....	379
5.2	Par-delà bio et conventionnel ? .....	381
	Chapitre 5 : Vendre et cuisiner l'oignon .....	384
1	Le moment de la vente .....	384
1.1	Une lecture économique .....	387
1.1.1	Un produit voué à être vendu à un client : l'enjeu du calibre .....	387
1.1.2	Division du travail : « le temps, c'est de l'argent » (M34) .....	389
1.1.3	Le choix de la vente directe : un arbitrage économique en termes de coût et d'avantage .....	392
1.2	Quand le commerce de l'oignon fait s'entremêler les sens .....	396
1.2.1	Les relations avec les intermédiaires : quand la commercialisation se dote d'une signification sociale et sensible 396	
1.2.2	Étude de cas sur le marché de gros de Perpignan .....	398
1.2.3	Vente directe : quand s'entremêlent économie, social et sensible .....	404
1.3	Conclusion et discussion : quel sens la vente d'oignons a-t-elle ? .....	426
2	L'oignon dans l'assiette : pratiques culinaires et plaisir des sens .....	429
2.1	L'oignon : un aliment entouré de perceptions sensibles et de pratiques sociales .....	430
2.2	Des interactions revendiquées entre restaurateurs et maraîchers .....	434
2.3	L'économie qui resurgit .....	436
2.3.1	Division du travail : maraîchers et restaurateurs, deux mondes qui s'ignorent ? .....	437
2.4	Conclusion .....	444
3	Conclusion du chapitre 5 .....	445
4	Conclusion de la deuxième partie .....	446
	Partie 3 : L'hypothèse d'une signification territoriale .....	450
	Introduction .....	450
4.1	L'objet de la troisième partie .....	450
4.2	Définir la signification territoriale .....	451
4.2.1	Un lexique : le « langage patrimonial » (Oulebsir & Swenson, 2015) .....	451
4.2.2	Une importance donnée aux productions localisées .....	462
	Chapitre 6 : La signification territoriale sur le terrain .....	463
1	La défense d'un produit par un nom et des pratiques spécifiques .....	464
1.1	Un nom qui résonne, un vecteur d'identité .....	464
1.1.1	Nommer l'oignon à Bamberg : le signe d'une défense de l'oignon et de la <i>Bamberger birnenförmige Zwiebel</i> 464	
1.1.2	L'oignon de Toulouges, un nom familier et approprié .....	464
1.1.3	L'oignon jeune, du <i>calçot</i> à la cébette : un oignon ayant une signification territoriale dans les Pyrénées-Orientales 466	

1.2	La culture d'écotypes locaux : des pratiques spécifiques par leur dimension territoriale.....	468
1.2.1	Des pratiques culturelles.....	468
1.2.2	...Aux pratiques culinaires.....	472
2	La labellisation : un perspective souhaitée.....	475
2.1	L'absence d'IG sur l'oignon de Toulouges : un fait dommageable et regretté.....	476
2.2	Les IG comme modèles : <i>Hörnla</i> , <i>calçot</i> , piment d'Espelette et oignon des Cévennes.....	479
3	Une aire délimitée.....	485
3.1	Un rattachement à Bamberg qui fait consensus.....	485
3.2	Sentiment d'appartenance et identité locale. Pays catalan, Pyrénées-Orientales, Bamberg et Franconie : des marqueurs identitaires.....	492
4	Un langage patrimonial approprié.....	498
5	Conclusion : une signification territoriale accordée à l'oignon.....	500
Chapitre 7 : Les limites d'une signification territoriale.....		501
1	Une défense du produit qui pose question.....	502
1.1	Un produit défendu par tous ?.....	502
1.2	Une culture si spécifique ?.....	504
1.2.1	Des pratiques culturelles.....	504
1.2.2	Des pratiques culinaires.....	506
1.3	Une inégale défense du produit liée à une approche différente de la « gestion du matériel végétal » (Garçon, 2015) 511	
2	Les écotypes locaux, au cœur d'un territoire reconnu et approprié par les acteurs ?.....	518
2.1	Une représentation peu consensuelle de l'aire de production de l'oignon de Toulouges.....	518
2.2	Une multitude de territorialités plutôt qu'un territoire collectivement approprié.....	527
2.2.1	Des territoires supports d'une identité locale inégalement appropriée et défendue. Le cas du pays catalan, de Bamberg et de la Haute-Franconie.....	528
2.2.2	La prévalence de l'échelon (micro)local dans les discours : une source d'identité et de différenciation entre les acteurs 529	
3	L'ambiguïté du collectif et des IG.....	533
3.1	Une méconnaissance des IG, témoin d'un intérêt variable pour ce type de démarche.....	534
3.2	Les IG, un modèle controversé.....	534
3.3	Du scepticisme autour d'une éventuelle IG pour l'oignon de Toulouges et la <i>Bamberger birnenförmige Zwiebel</i> 539	
3.3.1	Dans les Pyrénées-Orientales.....	539
3.3.2	À Bamberg.....	542
3.4	Conclusion : l'ambiguïté des IG et du collectif.....	544
4	Conclusion du chapitre 7 : Qui accorde une signification territoriale à l'oignon ? Essai de typologie.....	545
Conclusion de la troisième partie.....		550
1	La signification territoriale : discussions autour de cette proposition d'analyse.....	551
1.1	L'entrée par le langage patrimonial : les apports pour la comparaison.....	551
1.2	L'entrée par la grille de Pouzenc <i>et al.</i> (2007) pour questionner la signification territoriale de l'oignon.....	552
2	L'écologie et le territoire, au fondement de deux approches de l'agriculture.....	553
3	Une analyse qui questionne les postulats de l'économie territoriale et des recherches sur la territorialisation de l'agriculture et de l'alimentation.....	555
3.1	S'aventurer au-delà des sentiers battus des Indications Géographiques.....	556
3.2	Le collectif.....	558
3.3	Le territoire.....	559
Conclusion générale.....		563
1	Le sens de l'oignon. Cheminement et principaux résultats.....	563
2	Éclairer le choix des écotypes locaux.....	565
3	Discussion autour des résultats et de la méthodologie.....	568

3.1	Mise en perspective des résultats .....	568
3.2	Contribution à l'économie territoriale : une méthode compréhensive pour appréhender les ressources latentes 569	
3.3	Représentations, perceptions et pratiques : un triptyque à haute valeur analytique .....	570
3.4	Des usages de la cartographie .....	571
3.4.1	Les ZADA : une méthode pour susciter le débat sur l'ancrage local des produits agricoles et alimentaires 571	
3.4.2	La cartographie des toponymes : une méthode dont le nom est à retenir .....	572
3.5	Des apports documentaires : de l'oignon aux bassins maraîchers .....	574
4	Pistes pour la recherche.....	575
4.1	Renforcer l'approche des bassins de production par une lecture compréhensive .....	575
4.2	Vers une troisième signification : centrée sur le local et les circuits courts.....	577
	Annexes.....	582
1	Bibliographie.....	582
2	Autres sources.....	582
3	Liste des entretiens .....	615
3.1	Pyrénées-Orientales .....	615
3.2	Région de Bamberg .....	618
3.3	Autres .....	620
4	Grille d'entretien.....	620
4.1	Grille d'entretien avec les restaurateurs .....	620
4.2	Grille d'entretien avec un maraîcher .....	621
4.2.1	Présentation .....	621
4.2.2	Le maraîchage local et la production d'oignons .....	621
4.2.3	Écologie.....	622
4.2.4	Prospective .....	622
4.3	Grille d'entretien avec des distributeurs ou responsables de marchés de gros .....	623
5	Relevé des toponymes dans les entretiens.....	624
5.1	Dans les Pyrénées-Orientales.....	624
5.2	Dans la Région de Bamberg .....	631
6	Relevé du prix de l'oignon de Toulouges dans des petites, moyennes et grandes surfaces des Pyrénées-Orientales	635
7	Table des acronymes.....	636
8	Table des figures .....	637
9	Table des illustrations .....	639
10	Table des tableaux.....	640
11	Table des graphiques .....	641
12	Table des matières.....	641
13	Résumé en français .....	647
14	Résumé en allemand .....	648
15	Résumé en anglais.....	649

## 13 RÉSUMÉ EN FRANÇAIS

Alors qu'un nombre croissant de voix s'élèvent contre l'érosion de la biodiversité cultivée, la sauvegarde d'écotypes locaux apparaît comme un moyen de limiter ce phénomène tout en satisfaisant la demande de plus en plus forte pour les produits locaux. Bien que certains de ces écotypes fassent l'objet d'Indications Géographiques (IG), ceux qui n'en bénéficient pas sont infiniment plus nombreux et demeurent peu explorés par recherche en SHS.

Ces écotypes s'apparentent aux « ressources » que l'économie territoriale définit comme des « facteurs à exploiter, à organiser, ou encore à révéler » (Colletis & Pecqueur, 2005) : des ressources latentes et peu ou pas activées. Néanmoins, les ressources entendues de cette manière sont rarement le sujet central de travaux de recherche, étant donné que ce sont davantage les ressources activées, territoriales et spécifiques qui concentrent l'attention.

La thèse propose donc d'outiller méthodologiquement l'étude des ressources latentes afin d'*in fine* contribuer à l'économie territoriale. Elle recourt, pour ce faire, à la méthode compréhensive et compare deux écotypes sans IG : l'oignon de Toulouges, cultivé spécifiquement dans les Pyrénées-Orientales en France et la *Bamberger birnenförmige Zwiebel* cultivée à Bamberg en Allemagne. Elle s'organise autour de deux questions : pourquoi ces productions ne font pas l'objet d'IG ou d'initiatives collectives institutionnalisées ? Pourquoi tous les acteurs impliqués dans la production d'oignons ne s'orientent-ils pas vers ces écotypes ?

Dans une optique compréhensive, la thèse interroge le sens donné à l'oignon par les acteurs impliqués directement ou indirectement dans sa filière et met en évidence quatre types de significations : sensible, économique, sociale et territoriale. L'oignon revêt des sens variables suivant les acteurs et ces différences donnent des clés pour comprendre le choix ou non d'un écotyle local, l'inégal attachement ressenti à son égard et la volonté variable qu'un collectif formalisé et qu'un label le protègent et le valorisent. Cette lecture compréhensive montre, notamment, que, sur le plan des significations économiques, sociales et sensibles données à l'oignon, les acteurs du bio et du conventionnel ne diffèrent que peu. La différence est plus manifeste si l'on considère la signification territoriale, ce qui permet de comprendre le fait que les maraîchers bio s'orientent dans une moindre mesure vers des écotypes locaux et des produits sous IG.

L'étude compréhensive d'écotypes locaux menée ici ouvre des perspectives dans le champ de recherche sur la territorialisation de l'agriculture en SHS et, en particulier, en économie territoriale. Elle invite, entre autres, à questionner trois éléments qui font figure de présupposés : l'attention portée aux IG, la valorisation du collectif et la focalisation sur le territoire. Plus largement, par sa dimension réflexive et quasiment inductive et par sa prise en compte du point de vue de l'individu, la méthode compréhensive est une voie innovante et stimulante pour étudier les ressources peu ou pas activées, les signaux faibles d'une activation ou, à l'inverse, les motifs d'une activation non entamée.



## 14 RÉSUMÉ EN ALLEMAND

Während immer mehr Stimmen gegen den Verlust der kultivierten Biodiversität laut werden, wird die Erhaltung lokaler Ökotypen als Möglichkeit angesehen, dieses Phänomen einzudämmen und gleichzeitig der immer stärkeren Nachfrage nach lokalen Produkten gerecht zu werden. Obwohl einige dieser Ökotypen durch geografische Herkunftsbezeichnungen geschützt sind, gibt es weitaus mehr, die davon nicht profitieren und in den Geistes- und Sozialwissenschaften nur wenig erforscht sind.

Diese Ökotypen ähneln den "Ressourcen", die die territoriale Wirtschaft als "auszunutzende, zu organisierende oder zu offenbarende Faktoren" definiert (Colletis & Pecqueur, 2005): latente und kaum genutzte Ressourcen. Dennoch sind Ressourcen, die auf diese Weise verstanden werden, selten das zentrale Thema von Forschungsarbeiten, da die Aufmerksamkeit eher auf aktivierten, territorialen und spezifischen Ressourcen liegt.

Daher schlägt die Doktorarbeit vor, die Untersuchung latenter Ressourcen methodisch zu unterstützen, um letztendlich zur „territorialen Wirtschaft“ beizutragen. Hierzu wird die umfassende Methode verwendet und zwei Ökotypen ohne geografische Herkunftsbezeichnungen verglichen: die Toulouges-Zwiebel, die speziell in den Pyrénées-Orientales in Frankreich angebaut wird, und die Bamberger birnenförmige Zwiebel, die in Bamberg, Deutschland, kultiviert wird. Die Doktorarbeit konzentriert sich auf zwei Fragen: warum haben diese Produktionen keine geografischen Herkunftsbezeichnungen oder institutionalisierte kollektive Initiativen? Warum orientieren sich nicht alle Akteure in der Zwiebelproduktion auf diese Ökotypen?

Im Rahmen einer umfassenden Betrachtung hinterfragt die Doktorarbeit die Bedeutung der Zwiebel für die direkt oder indirekt daran beteiligten Akteure und identifiziert vier Arten von Bedeutungen: sinnliche, wirtschaftliche, soziale und territoriale Bedeutungen. Die Zwiebel erhält je nach Akteur unterschiedliche Bedeutungen, und diese Unterschiede liefern Schlüssel zur Erklärung der Entscheidung für oder gegen einen lokalen Ökotyp, der ungleichen Verbundenheit zu ihm und dem variablen Wunsch nach Schutz und Wertschätzung durch eine formalisierte Gemeinschaft und ein Label. Diese umfassende Analyse zeigt insbesondere, dass sich die Akteure des ökologischen und konventionellen Anbaus in Bezug auf wirtschaftliche, soziale und sinnliche Bedeutungen der Zwiebel kaum unterscheiden. Der Unterschied wird deutlicher, wenn man die territoriale Bedeutung betrachtet, was erklärt, warum Bio-Gemüsebauern in geringerem Maße auf lokale Ökotypen und Produkte mit geografischen Herkunftsbezeichnungen setzen.

Die hier durchgeführte umfassende Studie zu lokalen Ökotypen eröffnet Perspektiven für die Erforschung der Territorialisierung der Landwirtschaft in den Geistes- und Sozialwissenschaften, insbesondere in der „territorialen Wirtschaft“. Sie regt unter anderem dazu an, drei Elemente, die oft als selbstverständlich angesehen werden, zu hinterfragen: die Aufmerksamkeit für geografische Herkunftsbezeichnungen, die Wertschätzung kollektiven Handelns und den Fokus auf das Territorium. In einem breiteren Sinne ist die umfassende Methode durch ihre reflektive und quasi-induktive Natur sowie durch die Berücksichtigung der individuellen Perspektive ein innovativer und anregender Ansatz, um ungenutzte Ressourcen, schwache Aktivierungssignale oder die Gründe für Nichtaktivierung zu untersuchen.

## 15 RÉSUMÉ EN ANGLAIS

As an increasing number of voices rise against the erosion of cultivated biodiversity, the preservation of local ecotypes emerges as a way to mitigate this phenomenon while satisfying the growing demand for local products. Although some of these ecotypes are covered by Geographical Indications (GI), the majority of them are not and remain largely unexplored by social and human sciences research.

These ecotypes can be seen as "resources" defined by territorial economy as "factors to be exploited, organized, or revealed" (Colletis & Pecqueur, 2005): latent and underutilized resources. However, resources understood in this way are rarely the central focus of research, as the attention is primarily directed towards activated, territorial, and specific resources.

Therefore, the thesis proposes a methodological approach to comprehensively study latent resources in order to contribute to "territorial economy". It employs a comprehensive method and compares two ecotypes without GI: the Toulouges onion, specifically cultivated in the Pyrénées-Orientales region of France, and the Bamberger birnenförmige Zwiebel cultivated in Bamberg, Germany. It revolves around two questions: why are these productions not covered by GI or institutionalized collective initiatives? Why do all the actors involved in onion production not gravitate towards these ecotypes?

From a comprehensive perspective, the thesis examines the meaning attributed to the onion by actors directly or indirectly involved in its value chain and highlights four types of meanings: sensory, economic, social, and territorial. The onion holds varying meanings for different actors, and these differences provide insights into understanding the choice, or lack thereof, of a local ecotype, the unequal attachment felt towards it, and the varying desire for a formalized collective and label to protect and valorize it. This comprehensive analysis reveals, among other things, that in terms of economic, social, and sensory meanings attributed to the onion, organic and conventional actors differ little. The difference is more pronounced when considering the territorial meaning, which helps explain why organic vegetable growers are less inclined towards local ecotypes and products with GI.

The comprehensive study of local ecotypes conducted here opens up new perspectives in the field of research on the territorialization of agriculture in social and human sciences, particularly in "territorial economy". It invites us to question three elements that are often taken for granted: the attention given to GI, the valorization of collective action, and the focus on territory. More broadly, through its reflexive and quasi-inductive nature and by taking into account the individual's perspective, the comprehensive method offers an innovative and stimulating approach to studying underutilized resources, weak signals of activation, or, conversely, the reasons behind non-activation.