

Avril 2026

Cette lettre de veille signale des publications récentes traitant de l'évolution des mondes agricoles, comportements alimentaires, ruralités et territoires, modes de vie, réseaux sociaux, opinions et représentations, actions collectives, etc. Les textes sont aussi à retrouver sur le blog de veille du CEP <https://www.veillecep.fr>.

Florent Bidaud, Chargé de mission Veille sociale, Bureau de la veille

D. Benamouzig, J. Cortinas Muñoz, *Des lobbys au comptoir*, Raisons d'agir, 2025, 171 pages



Paru en novembre 2025, le nouveau livre des sociologues D. Benamouzig et J. Cortinas Muñoz analyse la façon dont les entreprises du vin, de la bière et des spiritueux cherchent à influencer sur les règles encadrant la vente, la publicité et l'information sanitaire relatives à l'alcool. Les auteurs étudient ces « activités politiques » en suivant une méthode déjà éprouvée à propos des industries agroalimentaires (voir [un précédent billet](#)). Pour ce faire, ils combinent veille sur les sites internet et comptes Twitter/X de 122 acteurs (entreprises, syndicats, interprofessions et *think tanks*), entretiens avec des responsables publics et associatifs engagés dans la prévention, revue de presse et ethnographie du travail parlementaire.

Le processus d'influence commence par un travail sur les savoirs et les catégories du débat. Les représentants du secteur rappellent fréquemment que les boissons alcoolisées ne peuvent être ramenées à la seule présence d'éthanol. L'argument du *French Paradox* et des bénéfices cardiovasculaires supposés de la consommation de vin passe désormais au second plan derrière une lecture culturelle : les sciences humaines sont mobilisées pour présenter le vin comme produit de terroir, expression de savoir-faire et support de convivialité. Ce travail de redéfinition a aussi un versant plus conflictuel et les experts favorables à une réglementation plus stricte sont souvent dénoncés comme des « hygiénistes », des « censeurs », promoteurs d'une idéologie punitive – ce qui déplace le débat sur le terrain de la morale et de la liberté individuelle.

L'ouvrage décrit aussi des activités dites « relationnelles ». Les organisations de filière et certaines entreprises entretiennent des liens réguliers avec les décideurs publics, notamment au Parlement, à travers des groupes d'études, des associations et des clubs thématiques. L'influence passe aussi par des relais dans les mondes du sport, des médias, du tourisme ou des métiers de bouche. Les auteurs insistent sur une stratégie de « substitution au politique » : préparation d'éléments de langage, propositions reprises dans des amendements, mais aussi actions de prévention sur la consommation responsable, la sécurité routière ou l'alcoolisation fœtale. Ce type d'interventions centre la prévention sur certains usages à risque (conduite automobile, grossesse, vente aux mineurs), plutôt que sur des mesures plus contraignantes, comme la limitation de la publicité ou des lieux de vente.

Le dernier chapitre analyse les conditions d'efficacité de ces démarches. En 2015, la distinction introduite entre publicité et information œnotouristique a desserré les contraintes de la loi Évin. Elle s'appuyait sur des soutiens diversifiés (élus issus de bassins producteurs, acteurs du tourisme, etc.) et sur un argumentaire patrimonial largement recevable. À l'inverse, les initiatives de 2019 visant à faciliter la consommation d'alcool dans les stades reposait sur des soutiens plus restreints, principalement liés à la bière et au monde sportif, et elles se sont soldées par un échec, face à des acteurs sanitaires mieux coordonnés. Les efforts de lobbying ne produisent donc pas mécaniquement des effets politiques. Leur portée dépend des alliances possibles à un moment donné, de la manière dont l'enjeu est présenté et du rapport de force avec les acteurs de la prévention.

La déconsommation des fruits et légumes frais : facteurs d'évolution et leviers d'action

Un rapport du CTIFL étudie le recul des achats de fruits et légumes frais en France. Entre 2014 et 2024, les quantités achetées par les ménages ont diminué de 13 % pour les fruits et de 9 % pour les légumes. Cette baisse est socialement différenciée. Les plus de 60 ans pèsent pour plus de 40 % des achats, alors qu'ils représentent 28 % de la population (voir [un précédent bulletin](#)). À l'inverse, les moins de 35 ans sans enfant sont nettement « sous-acheteurs ». Le prix joue, notamment pour les ménages modestes, mais l'inflation récente n'explique pas tout. Le rapport évoque les transformations des modes de vie : ménages plus petits, repas moins souvent pris en famille, simplification de l'assiette, moindre temps consacré à la cuisine. Préparer des produits bruts pour une ou deux personnes paraît de plus en plus être un effort disproportionné. Ils sont ainsi concurrencés par des plats préparés, et par les surgelés et les conserves qui offrent des alternatives jugées plus pratiques que le frais. Selon un scénario tendanciel, les volumes d'achat pourraient encore reculer de 15 % d'ici à 2035. Le rapport mentionne plusieurs leviers pour les professionnels : conditionnements adaptés aux petits ménages, produits plus frais au moment de l'achat, communication et éducation au goût, mise en avant de la saveur des produits, de leur maturité, et d'usages culinaires simples.

Source : Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL)

<https://www.ctifl.fr/la-consommation-des-fruit-et-legumes-frais-facteurs-d-evolution-et-leviers-d-action>

Cinquante ans après Montredon, un malaise agricole persistant

Plusieurs émissions de radio récentes s'interrogent sur la récurrence des « colères agricoles ». Sur France Inter, [Interception](#) suit le déroulement de la célébration du cinquantenaire du drame de Montredon-des-Corbières et rappelle la violence atteinte le 4 mars 1976 (un vigneron et un CRS trouvèrent la mort lors d'affrontements liés à la « guerre du vin »). Cinq ans plus tard, une cérémonie commune entre viticulteurs et forces de l'ordre met en scène l'apaisement des mémoires. Mais le reportage souligne aussi la permanence des difficultés économiques dans les Corbières : prix bas, hausse des coûts de production, concurrence étrangère, recours à l'arrachage subventionné et endettement. La peur d'un « nouveau drame » affleure dans les propos recueillis. Dans [L'Invité\(e\) des Matins](#), sur France Culture, l'écrivaine M.-H. Lafon évoque les difficultés liées à la transmission et à la filiation, et le suicide. L'historien E. Lynch souligne, lui, l'enracinement du mécontentement dans une perte de maîtrise face aux évolutions économiques et réglementaires.

Sources : Interception <https://urls.fr/OseXDL>

Gestion du temps et pénibilité du travail chez les dirigeants équestres et vitivinicoles

Un article paru dans *Temporalités* compare le travail de dirigeants de structures équestres et d'exploitations vitivinicoles. Malgré la différence des activités, les auteurs identifient un même « régime temporel », articulés trois dimensions : le vivant, le marché et la gestion de l'entreprise. Les chevaux imposent soins, surveillance et suscitent des imprévus ; la vigne dépend des saisons, des vendanges et des fenêtres météorologiques pour les traitements. À ces contraintes s'ajoutent les cours, les stages, les dégustations, la vente et les relations avec les clients. Lorsqu'elles ne peuvent pas être déléguées, les tâches administratives et comptables sont repoussées autant que possible, et expédiées tôt le matin ou tard le soir. La dispersion et l'enchaînement des tâches brouillent la frontière avec les temps familiaux. L'autonomie prisée des professions indépendantes se retourne alors en « disponibilité permanente », favorisant fatigue et moindre attention aux gestes de prudence.

Source : *Temporalités* <https://journals.openedition.org/temporalites/14022>

Les filières de recrutement des saisonniers agricoles subsahariens

Paru en février 2026 et disponible sur OpenEdition, un ouvrage d'I. Diallo étudie l'accès des migrants subsahariens au travail agricole saisonnier, à partir d'enquêtes menées dans plusieurs filières (melons du Poitou, haricots cocos en Bretagne, vendanges en Champagne). [Le chapitre 5](#) montre que les procédures formelles (dossiers en ligne, CV, candidatures via Pôle emploi) suffisent rarement pour être embauché. Les candidats complètent ou contournent ces démarches en mobilisant leurs réseaux d'interconnaissance, en sollicitant des proches déjà en activité, en multipliant les relances auprès des exploitations agricoles. Le recrutement passe aussi par une diversité d'intermédiaires : saisonniers récurrents qui interviennent auprès des employeurs, prestataires constituant des équipes, etc. En Bretagne, un camping est devenu une plaque tournante de l'embauche, où les saisonniers se signalent aux maraîchers venus chercher une main-d'œuvre immédiatement disponible ([chapitre 6](#)). L'accès à l'emploi repose ainsi sur des chaînes de recommandations et de mises en relation. Dans ce cadre, le statut d'étudiant constitue un atout, la carte étudiante offrant une certaine garantie de régularité administrative.

Source : Presses Universitaires de Rennes <https://books.openedition.org/pur/306604>