

LES « PRODUITS DE TERROIR » : DE LA RECHERCHE À L'EXPERTISE

Laurence Bérard, Philippe Marchenay, Claire Delfosse

Presses Universitaires de France | « [Ethnologie française](#) »

2004/4 Vol. 34 | pages 591 à 600

ISSN 0046-2616

ISBN 9782130541769

Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2004-4-page-591.htm>

Pour citer cet article :

Laurence Bérard *et al.*, « Les « produits de terroir » : de la recherche à l'expertise », *Ethnologie française* 2004/4 (Vol. 34), p. 591-600.
DOI 10.3917/ethn.044.0591

Distribution électronique Cairn.info pour Presses Universitaires de France.

© Presses Universitaires de France. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Laurence Bérard
CNRS – MNHN
Claire Delfosse
Université de Lyon II
Philippe Marchenay
CNRS – MNHN

Les « produits de terroir » : de la recherche à l'expertise

I RÉSUMÉ

Dans le débat contemporain sur les productions agricoles et alimentaires locales et traditionnelles, l'ethnologue et le géographe sont fortement sollicités. Leurs thématiques sont souvent communes – qu'il s'agisse de patrimoine, de localité, de frontières culturelles par exemple – et leurs regards se complètent. Les deux disciplines se retrouvent mobilisées lors d'expertises menées pour aider à délimiter des zones d'« appellation d'origine contrôlée ». Sillonner ensemble le terrain révèle des rapprochements, des différences, mais aussi des nuances, en particulier méthodologiques, dans les appréciations et les interprétations. Mais leurs avis viennent aussi souvent se renforcer mutuellement, face à ceux d'autres disciplines (sciences de la terre ou sciences de la vie), convoqués pour l'étude des « produits de terroir ».

Mots-clés : Produits de terroir. « Appellations d'origine contrôlée ». Expertise. Patrimoine. Savoir-faire.

Laurence Bérard – Philippe Marchenay
Ressources des terroirs. Cultures, usages, sociétés
Antenne de l'UMR 5145 CNRS – MNHN
Eco-Anthropologie et Ethnobiologie
Alimentec, rue Henri-de-Boissieu
01060 Bourg-en-Bresse cedex 9
laurence.berard@ethno-terroirs.cnrs.fr
philippe.marchenay@ethno-terroirs.cnrs.fr
<http://www.ethno-terroirs.cnrs.fr>

Claire Delfosse
Université de Lyon II
Département de géographie
Faculté GHHAT
5, av. Pierre Mendès-France
69776 Bron cedex
claire.delfosse@wanadoo.fr

Aujourd'hui les productions agricoles et alimentaires locales et leur protection juridique font l'objet tout à la fois d'un regain d'intérêt de la part de la société et d'enjeux internationaux dans le cadre des négociations de l'OMC (Organisation mondiale du commerce). Il s'agit plus particulièrement des Appellations d'origine contrôlée (AOC), qui permettent de protéger le nom et l'origine, et qui posent explicitement le principe de relations entre des facteurs naturels et des facteurs humains¹. Plusieurs disciplines sont intéressées et concernées par ce phénomène (agronomie, économie, histoire, géographie, ethnologie notamment). Certaines peuvent même être associées à la valorisation ou à la protection juridique de ces produits. L'ethnologie et la géographie, attachées à l'étude des relations que les sociétés entretiennent avec la nature, se retrouvent autour de l'objet « produits de terroir », qu'elles définiraient sommairement ainsi : produits agricoles et alimentaires inscrits en un lieu, dont la fabrication bénéficie d'une antériorité et relève de pratiques collectives².

Cet article vise à faire le point sur la façon dont des chercheurs issus des deux disciplines abordent cet objet

et participent à des missions d'expertise. Il est né du constat d'une forte connivence de l'ethnologie et de la géographie au sein de groupes de recherches et plus encore de commissions d'experts, notamment face aux sciences de la terre et aux sciences de la vie. Le texte est conçu comme un dialogue, où sont discutés ce qui peut fonder cette connivence et les spécificités de chaque approche. Dans un premier temps, il paraît évident qu'en termes de méthodes, les différences sont grandes, même si le terrain nous réunit. Dans un deuxième temps, nous verrons que du point de vue de certaines problématiques, les regards sont proches. Enfin, il conviendra de réfléchir ensemble sur la place des deux disciplines à l'épreuve des commissions d'experts des AOC.

■ Des approches différenciées

- *Quand les ressources locales re-questionnent l'ethnologie*

L'ethnologie s'est toujours intéressée aux liens entre les sociétés et les ressources « locales ». Comment, en

effet, analyser dans le détail une société et son organisation sans passer par les deux points cardinaux que sont la gestion des ressources du milieu et les systèmes alimentaires ? Aujourd'hui, ces productions se retrouvent au-devant de la scène, soulevant, au cœur de la discipline, de multiples questions qui concernent par exemple l'identification de leur dimension culturelle, la reconstruction du local, la place de la tradition ou la transformation de leur statut.

Le « terrain » en ethnologie a valeur de rite de passage. Derrière ce terme englobant et opaque, c'est le métier lui-même qui est en jeu, aux règles difficiles à établir, mais on s'accorde à penser que le chercheur ne peut en faire l'économie. « *Face aux empiètements éventuels de l'histoire et de la sociologie, le "terrain" fait la différence, qualifiant à la fois le chercheur et son champ de connaissance* » [Fabre, 1992 : 41]. Et l'on pourrait, à l'instar de Mariel Jean-Brunhes Delamarre, ajouter que c'est le regard avec lequel on aborde le terrain qui fait la différence avec la géographie : « *Si l'un et l'autre sont formés à voir* », écrite, « *leur vision – au sens réel comme au sens figuré – n'est pas la même* » [1968 : 1465].

Comme le souligne Claude Lévi-Strauss : « *Chaque culture représente une occurrence unique à laquelle il faut consacrer la plus minutieuse attention pour pouvoir d'abord la décrire, essayer de la comprendre ensuite* » [1983 : 145]. C'est ce regard particulier, attaché au moindre détail, reposant sur l'observation et le dialogue pour comprendre de quelle singularité est porteuse la société étudiée, qui fonde la discipline et lui donne corps. Ou, dit autrement, l'ethnologie est « *la recherche de ce qui fait les unités collectives uniques à chaque moment et en chaque lieu* » [Leroi-Gourhan, 1968 : 1817]. C'est par le biais de cette grande attention que l'ethnologue cherche à rendre compte de la diversité culturelle dont sont porteuses ces productions locales.

Étudier les relations que l'homme entretient avec son environnement naturel – et plus généralement le vivant – conduit à s'intéresser au regard qu'il porte sur la nature et ses objets et à l'usage qu'il en fait³. C'est ce à quoi s'emploient l'ethnobotanique, l'ethnozoologie et plus largement l'ethnobiologie. Ces branches de l'ethnologie – développées en France au sein du Muséum national d'histoire naturelle – s'intéressent aux relations entre les sociétés, les plantes, les animaux, les écosystèmes⁴. Jacques Barrau, promoteur de l'ethnobiologie, « *prône une étude globale, synchrone et diachrone, des "systèmes naturels", hommes compris. Il faut prendre en compte l'action des hommes dans la nature "dont ils font partie", une nature marquée par un processus d'interaction et de transformation permanent* » [Bahuchet et Lizet, 2003 : 29]. Au sein de ce secteur de recherches « nature/sociétés », se côtoient volontiers géographes et ethnologues, qui partagent des thématiques, comme celle des systèmes de culture ou d'élevage traditionnels, leurs relations avec le paysage, les systèmes alimentaires. Partir de l'étude des articulations entre les conditions historiques, le milieu,

les végétaux ou les animaux, les savoirs, pratiques et représentations, les nomenclatures et taxonomies vernaculaires – renvoyant à la mise en ordre que chaque culture opère dans l'univers – pour comprendre les sociétés, constitue l'originalité principale de ce type d'approche⁵.

S'intéresser aux ressources locales implique d'accorder une large place à la technologie culturelle par le biais de la description fine des chaînes opératoires, l'identification des acteurs et des compétences mais aussi des savoir-faire, cette « *part informelle de l'acte technique* » [Chevallier et Chiva, 1991]. Ce dernier point est particulièrement complexe à appréhender, les savoir-faire requérant, en effet, des aptitudes, des tours de main, une capacité à anticiper un résultat, à évaluer une matière, une texture, à faire appel aux différents sens. Là encore, une observation méticuleuse et prolongée est nécessaire, associée à une écoute soutenue du discours, pour mieux appréhender le réel, mais aussi pour repérer et analyser les éventuelles distorsions entre le discours et la pratique, entre ce que les hommes disent et ce qu'ils font.

Chacun s'emploie ainsi à décoder les traits de la société étudiée, à décortiquer le concret pour l'ordonner, mettre en lumière certaines informations que l'ethnologie est la seule à retenir et analyser. L'étude des productions agricoles et alimentaires locales et traditionnelles se prête bien à cet exercice. Dans ce domaine, le terrain est constitué par le groupe particulier que représentent les éleveurs, les agriculteurs, les artisans de toute catégorie, petits industriels et, plus largement, l'ensemble des acteurs impliqués dans leur élaboration et leur valorisation. Il s'agit d'explorer ce qu'ils savent de leurs produits, les compétences qu'ils mettent en œuvre, le rôle qu'ils leur donnent dans la société locale et, plus largement, de produire de la connaissance sur ces objets, à la fois surinvestis et fort mal connus. La gestion du vivant et ce qu'elle sous-tend pour les produits locaux revêt une importance particulière. Dans ce cadre, le regard ethnologique s'appuie volontiers sur une pratique interdisciplinaire. La problématique croisée du paysage et du produit, intégrant éventuellement les variétés cultivées ou races animales locales, illustre, par exemple, cette démarche.

• *Un intérêt ancien renouvelé pour la géographie*

Pour les géographes également, l'attention portée aux produits agroalimentaires locaux – aujourd'hui communément nommés produits de terroir – n'est pas nouvelle. On connaît leur intérêt pour l'étude de la localisation des vignobles et pour celle des liens entre localisation et qualité du vin. De même, dans l'entre-deux-guerres, les fromages sont présents dans les articles traitant des « pays », dans les thèses régionales et dans les ouvrages de géographie humaine de la France. L'approche qui domine alors repose sur l'idée que chaque fromage est

associé à un genre de vie spécifique. Elle participe de l'étude de l'adaptation de l'homme au milieu, suivant en cela la doctrine de Paul Vidal de La Blache, dénommée « possibilisme ». Toujours dans cette période, lorsqu'ils considèrent ce type de ressource, les géographes étudient surtout les techniques, mais ils ont aussi un regard ethnographique ou folkloriste. En effet, ils portent attention aux outils, aux rythmes de travail et utilisent les termes locaux pour les décrire.

Après la Seconde Guerre mondiale, la géographie humaine, qui tend alors à se spécialiser en plusieurs branches (on parle de géographie agraire, puis de géographie agricole), se fait plus économique, en particulier pour la seconde sous-discipline. L'accent est mis sur les filières d'élevage ou les filières agroalimentaires, et c'est à travers les entreprises et les flux que sont analysées les productions agricoles. Aussi, les produits que l'on appelle aujourd'hui « de terroir » sont-ils plutôt évoqués dans différents travaux comme des formes de survivance. Toutefois, c'est par le biais des entrées « aménagement du territoire » et « développement d'espaces ruraux fragiles » que les géographes ruralistes s'intéressent à nouveau à ces objets vers la fin des années quatre-vingt et au début des années quatre-vingt-dix. Les nouvelles orientations de la politique agricole commune et les besoins des consommateurs les amènent tout naturellement à travailler sur les produits de terroir considérés comme des produits de qualité : débats sur les délimitations d'appellation d'origine, inscription dans les politiques de développement local.

• *Les différentes facettes du terrain*

Une telle approche suppose une pratique de terrain intensive. Et là, géographie et ethnologie se rencontrent. Toutefois, le terrain est peut-être moins lié à l'essence même de la discipline pour la première. En effet, s'il est considéré comme incontournable durant l'entre-deux-guerres, certains champs de la géographie s'en sont éloignés, mais il est clair que pour l'étude des produits de terroir, il est indispensable. Il peut, comme l'explique Claude Bataillon (1999), se décliner en trois points : l'enquête, l'étude du paysage, la collecte de documents et de données. Cette dernière est d'autant plus nécessaire à effectuer sur place que cette catégorie de produits échappe souvent aux statistiques, tout comme certaines formes de vente directe et de réseaux de proximité : l'appréhension même de la vitalité de la vente directe ne peut s'évaluer que par la pratique de terrain. Il en est de même pour le goût et la façon dont les acteurs le lient à des caractéristiques du territoire de production. La connaissance du produit passe par des enquêtes auprès des acteurs locaux : producteurs, grossistes, restaurateurs, membres des syndicats de défense, sans oublier les acteurs du développement local.

La pratique du terrain est nécessaire pour mettre en évidence les liens au territoire, au-delà des conditions physiques. Comment, par exemple, aborder le fonctionnement de la production de fromage charollais sans enquêter auprès des femmes ? Elles seules permettent de comprendre à quel point sa fabrication est liée à la vie professionnelle et familiale, comment elles en tirent fierté et émulation.

Le travail sur les produits s'accompagne de l'appréhension du territoire de production, pour être tout simplement à même d'observer si le produit marque ou non le paysage. Les outils du géographe, dont les cartes, ne suffisent pas : les animaux, la couleur de leur robe, la fréquence de leur apparition ou les chèvres que l'on découvre au détour d'un chemin ; la forme du verger (haute-tige ou basse-tige) ne figurent pas sur les cartes... Marquer le paysage, c'est aussi, pour les produits de terroir, considérer leur place dans le balisage de l'espace : panneaux publicitaires, panneaux de vente directe, représentations sur des logos de parcs naturels régionaux ou de structures de développement. Associé à la carte, le terrain permet de voir comment le produit s'inscrit ou non dans une trame administrative (un produit de terroir peut être valorisé différemment de part et d'autre d'une limite administrative), par le biais des structures et fonds de développement.

Le géographe joue sur les échelles et peut-être est-ce là aussi une marque de différence avec l'ethnologue. Il peut travailler à très grande échelle : au plan de l'exploitation agricole, voire de la parcelle. Mais, comment comprendre la situation de la race bleue du Nord sans aller voir de l'autre côté de la frontière et mesurer, à plus petite échelle, les échanges entre Belgique et Thiérache-Avesnois français ? Comment comprendre le mode de valorisation actuel de cette race si l'on ne se replace pas dans le contexte de la région Nord-Pas-de-Calais, de ses efforts déployés, tant en faveur de l'environnement que pour favoriser les rapports ville-campagne dans ce territoire fortement urbanisé ? Enfin, dans cet emboîtement, il ne faut pas oublier de considérer les produits de terroir à une échelle encore plus petite : celle de la France, de l'Europe et même du monde, dans la mesure où une partie des enjeux juridiques s'y jouent et parfois avec eux leur devenir, leur localisation, re-localisation ou délocalisation.

• *Des produits enracinés : le recours à l'histoire*

Concernant les produits de terroir, la prise en compte du passé est obligatoire aussi bien pour le géographe que pour l'ethnologue. En effet, à partir du moment où l'on parle d'origine ou d'enracinement, il convient de considérer les liens aux lieux dans leur épaisseur historique. Le passé, parfois reconstruit par la mémoire, constitue



1. La race « bleue du Nord » et le bocage, deux symboles forts mis en avant par le Parc naturel régional de l'Avesnois (photo Claire Delfosse, 1998).

une composante fondamentale des liens que le produit entretient avec l'espace et la société. Il y a d'ailleurs une tradition d'investigation historique pour l'étude des produits de terroir chez le géographe, en particulier le géographe viticole. Le géographe comme l'ethnologue, travaillant sur la qualité agroalimentaire référée à l'origine, se doivent de rendre compte du rôle de l'histoire dans la localisation de la qualité, de se confronter aux notions d'usages, d'antériorité, de tradition, d'authenticité [Delfosse, 2000 ; Bérard et Marchenay, 2002]. L'étude de l'extension ou de la contraction de l'aire de production, voire de l'aire de consommation, fait également partie de leur mode d'approche.

Avec quelles sources travaille-t-on ? Le géographe, *a priori* formé à la recherche historique au cours de son cursus universitaire, collecte et analyse les statistiques agricoles anciennes, les ouvrages locaux consacrés à l'agriculture, mais accorde surtout – à l'instar de l'ethnologue – une grande place aux sources orales. En effet, on a le plus souvent affaire à des produits qui n'avaient pas une grande renommée au XIX^e siècle ou au début du XX^e siècle ; aussi sont-ils rarement mentionnés dans les sources écrites. Le fait qu'ils soient le plus souvent du ressort de la femme ou du registre du « domestique » ne fait qu'accroître le *vide archivistique* qui les caractérise. La place accordée aux enquêtes orales pour connaître l'histoire rapproche ethnologie et géographie. Le géographe, en revanche, risque d'accorder moins de place aux représentations et a peut-être quelque difficulté à traiter la question de la mémoire, de la légende, de

l'histoire vécue, perçue ou re-construite, bien qu'il soit tenu d'en tenir compte, notamment dans la mise en scène de l'histoire et des légendes comme facteur de qualification territoriale.

Pour connaître l'histoire du produit, son inscription territoriale, les travaux des érudits locaux de la fin du XIX^e siècle et de l'entre-deux-guerres constituent une source précieuse. Le lien entre les deux disciplines se fait également par l'usage conjoint des travaux des folkloristes des années trente, qui peuvent fournir de précieuses indications, ainsi que des thèses de géographie régionale qui, notamment à travers l'étude des genres de vie anciens et modernes, permettent de reconstituer une partie de l'histoire des produits locaux.

• Des enjeux de développement local et durable

Du point de vue chronologique, c'est la perspective, la dimension « future » qui peut distinguer l'ethnologue du géographe qui se préoccupe de développement local. Ce dernier s'interroge en effet sur le devenir des produits, la durabilité de l'engouement dont ils font l'objet, les effets de leur valorisation sur les dynamiques rurales, la place qu'ils auront dans la compétition que les territoires se livrent entre eux (y compris entre les villes et les campagnes). Les deux regards prennent en compte, dans le cadre des réflexions sur le développement durable, le rôle que ces produits peuvent avoir en termes de maintien de la diversité tant biologique que culturelle. Ici, le géographe s'orientera davantage vers des

problématiques de développement local et d'aménagement du territoire, là où l'ethnologue essaiera de comprendre comment se crée, s'entretient ou s'érode cette diversité biologique en lien avec les pratiques et les représentations.

■ Des connivences thématiques

• *Un patrimoine vivant*

Le thème du patrimoine apparaît central aujourd'hui dans l'étude des produits de terroir. Il relève d'une nouvelle catégorie : celle du patrimoine vivant. Une race animale, une plante cultivée, un produit tel qu'une pièce de charcuterie ou un fromage sont l'aboutissement d'une accumulation d'ajustements, d'interventions, de choix. Le vivant recèle un potentiel d'évolution et de variabilité considérable dans lequel l'homme puise, mais il a aussi une durée limitée : les savoir-faire qui le façonnent sont à la base de l'existence même et de la conservation de cette matière périssable et éphémère qu'il faut sans cesse maintenir et renouveler. La démarche patrimoniale à laquelle sont souvent associées ces productions s'inscrit au cœur de ces contraintes biologiques. Elle donne à s'interroger sur son sens même et sur la façon dont elle est perturbée par l'extrême labilité du vivant. Cela est renforcé par la force de la dynamique patrimoniale. Les différentes formes de relance conduisent fréquemment à de profonds changements, tant dans les modes d'élaboration que dans les systèmes de représentation. L'amplitude de la perturbation peut entraîner souvent un changement d'échelle, à l'origine d'innovations dans les systèmes techniques. Parfois, une réflexion sur ce qui fait patrimoine oblige à reconsidérer les pratiques : mise en avant d'une race locale, remise en question de l'utilisation des compléments d'alimentation en alpage, de certains fourrages comme l'ensilage de maïs, la conservation des cornes pour les vaches laitières... Certains relèvent d'une construction de l'image, d'autres d'une véritable reconsidération de l'agriculture.

• *Une ressource pour l'espace rural*

En revanche, la mise en patrimoine requiert toujours une adhésion locale. Quels que soient l'intérêt et la richesse du système technique sur lequel repose un produit, il ne pourra entrer dans cette catégorie que si la population locale le ressent comme tel. La dimension patrimoniale d'une production n'est pas immanente. Elle est mise – ou non – en avant, en fonction des conditions socio-économiques locales, de la reconnaissance collective d'une appartenance, de la cohérence potentielle d'un système de production. Elle peut alors participer efficacement à la construction d'un territoire et de son identité.

Même si le thème du patrimoine semble être

davantage du ressort de l'ethnologue que du géographe, ce dernier, quand il s'intéresse aux produits locaux ou tout simplement à l'espace rural, se doit de le prendre en compte, et cela, d'autant plus que le « rural » lui-même contribue largement à l'extension de la notion de patrimoine à laquelle on assiste en France depuis quelques années [Davallon *et alii*, 1997]. Par ailleurs, il ne peut rester étranger à cette thématique dans la mesure où elle tend à faire oublier sa référence nostalgique et à être considérée comme une ressource pour l'espace rural. Aussi n'y a-t-il plus de programme de développement rural qui ne comporte un volet de valorisation du patrimoine et, parmi ces éléments du patrimoine, une fois encore, les produits de terroir occupent une place privilégiée. Les collectivités territoriales contribuent à leur mise en valeur et s'appuient en retour sur leur qualification pour améliorer leur propre image vis-à-vis de l'extérieur, ainsi que vis-à-vis de leurs habitants. Enfin, en tant que produits « patrimoniaux-culturels », ils peuvent servir de justification à des redécoupages territoriaux dans le cadre de la nouvelle donne administrative (intercommunalité) et des territoires de projet (« pays », programmes Leader, contrats régionaux, etc.).

L'étude des liens entre le produit et son espace de production, ainsi que la revendication identitaire qui y est attachée, conduisent à s'interroger sur les discontinuités territoriales qui peuvent être révélées et sur le renforcement éventuel d'une protection.

• *Les dimensions du local : du paysage à la consommation*

Au-delà de leur grande polymorphie, les productions agricoles et alimentaires locales entretiennent toutes une relation particulière à l'espace. Leur inscription en un lieu s'assortit d'une antériorité et de pratiques partagées. Leur dimension collective les insère dans la culture locale et permet de départager la provenance (venir d'un lieu) de l'origine (être de ce lieu). Ainsi, ce sont des critères d'ordre culturel associant un lieu à une histoire et à un groupe social qui, tout à la fois, aident à organiser et à penser cette diversité et caractérisent la nature de ce lien. Un lien qui peut être plus ou moins fort, plus ou moins associé aux caractéristiques du milieu. Selon la place que la production occupe dans le groupe social, ces pratiques collectives peuvent aller jusqu'à rendre compte de l'organisation de la société tout entière, comme le montrent certains fromages ; dans d'autres contextes, la prise en compte des facteurs naturels conduit à la mise en place et au maintien de paysages marquants. Tel le cas des étangs de la Dombes dans l'Ain.

La dimension collective des savoirs se limite fréquemment à une catégorie professionnelle – artisans ou agriculteurs –, mais les modes d'évaluation tout comme les critères esthétiques propres à ces productions ou qui leur sont associés se diffusent dans une communauté plus



2. Le marché de Charolles, un lieu de rencontre entre les productrices de fromage charollais, les affineurs et les grossistes. Ici, l'importance des échanges ne peut s'appréhender que par le biais du terrain (photo Claire Delfosse, 1994).

large ; c'est le cas des différents concours et expositions et, d'une certaine façon, des paysages. Enfin, une autre composante, pour l'instant peu abordée, est beaucoup plus largement distribuée dans la société locale et dessine des frontières subtiles mais tenaces. Il s'agit des usages alimentaires chevillés à ces produits et durablement inscrits dans l'espace. Car la consommation est, elle aussi, un phénomène localisé qui passe par une grande familiarité entre le consommateur et le produit. La connaissance de ses caractéristiques, les compétences mises en œuvre dans sa préparation et son utilisation, la liaison avec des moments et des valeurs culturelles partagées en un lieu sont autant d'éléments qui forment le cadre de la consommation locale et délimitent des frontières discrètes, mais bien présentes, qui sont autant de marqueurs identitaires.

• *Les savoir-faire, éléments de la dynamique des territoires ruraux*

Les savoir-faire agroalimentaires sont aujourd'hui reconnus comme des éléments du patrimoine ; un patrimoine à conserver, à mettre en valeur, voire à réinventer. Ils sont au cœur des politiques de relance de produits de terroir qui interpellent géographes et ethnologues. Ainsi les savoirs et savoir-faire, qui ne paraissent plus être du ressort de la géographie ces dernières décennies, font à nouveau l'objet de son attention. Les processus de transmission-diffusion et leurs effets, en termes d'évolution de l'aire de production, interrogent la discipline. L'intérêt porté aux savoir-faire tient aussi au fait que la valorisation des produits locaux à travers une procédure de qualité permet de maintenir des emplois ruraux et met en valeur des compétences locales. Ces dernières confortent des systèmes locaux de production agroalimentaire sur lesquels se penchent les géographes attentifs au processus de développement local [Benko, 2001]. Les savoir-faire incitent à attribuer à ces systèmes de production une dimension culturelle, patrimoniale ou touristique par la mise en scène dont ils font l'objet, tant dans des structures de type culturel, comme les écomusées, ou d'animation (fête des produits de terroir ou des métiers), qu'au sein des entreprises de production. Autant d'éléments qui participent de la dynamique des territoires ruraux.

■ **Un « terrain » commun :
les commissions d'experts**

Les commissions d'experts constituent un rouage de la démarche de protection du nom géographique qui débouche sur l'obtention d'une Appellation d'origine contrôlée (AOC). Le fonctionnement de l'Institut national des appellations d'origine (INAO), qui gère l'ensemble des AOC depuis 1990⁶, est basé sur le travail de comités nationaux rassemblant des professionnels déjà investis dans les AOC, des personnalités qualifiées, ainsi que des représentants des administrations concernées. Lorsque des producteurs réunis en un syndicat font une demande de reconnaissance d'AOC, l'INAO charge une commission d'enquête issue des comités nationaux d'examiner la demande. Une commission d'experts extérieurs à l'INAO est ensuite désignée pour définir l'aire de production, experts « *choisis pour leurs compétences scientifiques et techniques dans les disciplines telles que : la géologie, la pédologie, l'agronomie, l'histoire, la géographie, l'œnologie, la sociologie, l'ethnographie [sic]. Les experts ont pour objectifs la fixation ou la modification des limites des aires géographiques et des zones de l'appellation concernée* » [INAO, 2002].

C'est là que le géographe et l'ethnologue se rencontrent ou se croisent, le temps d'une expertise. En effet, d'une AOC à l'autre, la composition des commissions



3, 4. Deux types d'élevage caprin, qui montrent la diversité des pratiques et des échelles de production pour un même produit : le Charolais. À gauche, un petit troupeau familial dans le pré à proximité de la maison (Matour, Saône-et-Loire). À droite, un élevage intensif (région de Mâcon, Saône-et-Loire) (photos Claire Delfosse, 1994).

diffère, suivant les disponibilités et les réseaux de connaissance. Parfois l'ethnologue et le géographe ruraliste sont tous deux présents, dans d'autres cas de figure, seul l'un d'entre eux est sollicité, mais les commissions d'experts comprennent au moins un représentant des sciences humaines et sociales⁷.

La première étape de ce travail d'expertise consiste à prendre contact avec le terrain. L'agent de l'INAO en charge du dossier a la tâche d'organiser les tournées (quatre à six en moyenne, d'une durée de deux jours chacune) au cours desquelles les experts observent le milieu et rencontrent les producteurs. Il s'agit également de mettre en commun les données sur le produit ou le territoire considéré. Chacun apporte sa contribution en s'appuyant sur les outils propres à sa discipline : cartes topographiques, géologiques ou de végétation, statistiques agricoles à l'échelle cantonale et triées suivant différents critères, études plus qualitatives, et parfois sa propre connaissance du terrain ou du produit.

L'ethnologue ne dispose que rarement, ou de façon aléatoire, de travaux déjà menés en sciences humaines, de documents de référence l'aidant à défricher le terrain. Dans ce temps si court qui lui est imparti, il essaie de rassembler le plus d'informations possible en les mettant en parallèle avec ce qu'il connaît déjà de situations qu'il a pu rencontrer ailleurs : repérages d'indices, attention portée au moindre détail susceptible de permettre de mieux comprendre la situation locale. Il accorde une place de choix aux pratiques techniques (concernant selon le cas les modes d'élevage, de culture, de fabrication), à leur diffusion, leur évolution en relation avec l'histoire économique récente, aux variantes, aux usages de consommation, de dénomination. Toutes ces données recueillies peuvent avoir trait à un animal, une plante, un fromage, une charcuterie dont on cherche à identifier l'espace traditionnel de production.

La démarche du géographe sera différente selon qu'il

est géographe « humain » ou « physique », que sa sensibilité le porte plus vers l'économie agricole ou la dimension ethno-historique. Son regard et sa position peuvent différer suivant la composition même des commissions (présence ou absence d'historien ou d'ethnologue ; présence ou absence de géographe plus spécialisé dans l'analyse des critères liés au milieu naturel). Il manipule diverses cartes à différentes échelles et statistiques. Toutefois, la compilation de documents étant le plus souvent insuffisante, lui aussi cherche à compléter le plus possible les données par des enquêtes de terrain. Sa méthode ne diffère guère de celle de l'ethnologue, si ce n'est qu'il ne porte pas une attention aussi approfondie aux techniques ni aux habitudes de consommation. Si la commission ne comprend pas d'historien, il s'attache, tout comme l'ethnologue, à la réunion et au traitement de données historiques, en particulier pour répondre aux questions portant sur la notoriété ancienne, les usages locaux et l'évolution de l'aire de production. Attiré par les questions de développement rural, peut-être tiendra-t-il davantage compte de la place du produit dans l'économie locale, de son rôle dans le devenir ou le maintien de l'agriculture et des capacités des producteurs et des fabricants à respecter les règles au regard des contraintes économiques et sociales. Cela peut l'amener à avoir une position différente de celle de l'ethnologue lors des débats, en particulier à propos du statut et de la prise en compte de certaines pratiques « traditionnelles ».

Les discussions entre les membres de la commission précèdent la rédaction d'un rapport précisant la délimitation de l'aire de production par l'agent de l'INAO. Les débats internes à ce groupe posent de façon concrète la question des relations entre les facteurs naturels et les facteurs humains et du poids respectif des uns et des autres. Certains experts, plutôt orientés vers la pédologie ou la géologie, font reposer leurs propositions sur la



5. Le pré-verger normand, point nodal des productions locales : herbe, lait, fromages, viande, fruits à boisson. Poirier à poir dans le Domfrontais (photo Laurence Bérard et Philippe Marchenay, 1980).

vocation des sols ou leur utilisation. Et cela, au nom de l'idée selon laquelle les critères « naturels » sont intangibles alors que les aires de production se sont étendues, ou au contraire rétractées, et qu'il faut trancher, pour cerner la zone avec précision. L'ethnologue rappelle alors que l'initiative d'exploiter le milieu revient toujours à l'homme, rejoint en cela par le géographe ruraliste. Pour eux, en effet, les critères physiques ne sauraient suffire à la définition de l'aire d'appellation d'origine. La prise en compte des usages qui traduisent une inscription forte des pratiques dans le temps et l'espace ainsi que leur mise en perspective avec l'histoire économique récente permettent de rendre compte de l'action humaine et de sa localisation. Ainsi, au-delà de leurs différences, ethnologues et géographes se rejoignent pour défendre la prépondérance du rôle de l'homme.

Quel bilan tirer de la participation à ces commissions d'experts ? Pour l'ethnologue, c'est une pratique assez peu orthodoxe, voire transgressive, de la discipline. En effet, celle-ci est habituellement associée au temps long, à l'immersion, quand il est ici question d'incursion. Ce mode de fonctionnement génère une grande frustration, associée à la crainte de passer à côté de faits significatifs. Cela étant dit, il semble que certains matériaux ne puissent être rassemblés et analysés que par les ethnologues,

même dans l'urgence. Il en va ainsi de l'identification et de la diffusion des pratiques locales et des usages de consommation, mis en lumière par une observation fine. Ces données sont mises en relation avec la société locale et son histoire et, en cela, les deux disciplines convergent. En revanche, cette approche pointue, circonstanciée, qui est l'apanage de l'ethnographie, renvoie à une échelle d'observation qui lui est propre.

Plus généralement, la participation aux commissions pose la question du rôle de l'ethnologue : jusqu'à quel point accepte-t-il de répondre à la demande sociale ? Doit-il contribuer à renforcer la crédibilité d'un dispositif ? En observant le paysage agroalimentaire actuel (en changeant d'échelle pour le coup !) il peut considérer que la démarche présente assez d'intérêt pour participer à son amélioration avec les outils scientifiques dont il dispose. Compte tenu de ce qui a pu être observé au fil des expertises, la réalisation d'états des lieux en amont des demandes de protection paraît constituer une forme de recherche appliquée utile.

La frustration du géographe humain – hormis le manque de temps et de moyens dont il dispose pour effectuer son travail d'expertise – est liée au caractère ambivalent de la discipline. Oscillant entre recherche fondamentale et recherche appliquée, il est tiraillé entre d'une part l'exigence de « rigueur » et d'« impartialité » de l'expert scientifique amené à analyser un phénomène et à cautionner ou réfuter une situation, et d'autre part la pratique, fréquente chez le géographe, de l'aménagement et du développement local. Il ne peut ignorer les effets sur les territoires, en termes de développement économique et social, de la délimitation qu'il est chargé d'évaluer.

Dans ces commissions, les deux disciplines échangent et, au-delà de leurs différences, prennent conscience de leur réelle connivence, en particulier lorsqu'elles donnent leur avis face aux sciences de la terre ou aux sciences de la vie... L'objet de recherche « produits de terroir » permet donc une réelle pratique de l'interdisciplinarité, réinterrogeant des centres d'intérêt communs à la géographie et à l'ethnologie, comme l'agriculture, la construction-reconstruction du local, la culture ou l'environnement, des questions qui ne concernent pas seulement la France, mais deviennent aussi des enjeux internationaux, comme c'est le cas pour la défense des indications géographiques. ■

I Notes

1. La loi de 1919, réformée en 1990, permet de délimiter l'aire de production du produit protégé et fixe les conditions de production dans un cahier des charges. Le règlement communautaire du 14 juillet 1992

entérine l'appellation d'origine à l'échelle européenne sous le nom d'Appellation d'origine protégée (AOP). L'AOP est ainsi définie : « *Le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays et dont la qualité ou les caractères sont dus*

essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée. »

2. C'est dans cette acception que le vocable « produits de terroir », sans guillemets, sera employé tout au long de ce texte.

3. C'est la « science du concret » dont parle Claude Lévi-Strauss [1962].

4. Auguste Chevalier, dans les années 1920-1930, puis Roland Portères avaient ce souci de comprendre la dimension humaine du monde végétal dans les sociétés les plus diverses. Le premier fut un des pionniers de la biogéographie. André-Georges Haudricourt, « passeur de frontières », associe linguistique, technologie et botanique pour atteindre ce

même objectif. Raymond Pujol développe l'ethnozoologie. La Société d'ethnozootechnie, de son côté, regroupe agronomes, zootechniciens, ethnologues, géographes.

5. L'ethnoscience, qui s'intéresse plus spécifiquement aux processus classificatoires et aux modes de connaissance de la nature, s'inscrit plutôt dans une perspective cognitive [voir à ce propos : Friedberg, 1987].

6. L'Institut national des appellations d'origine (INAO) a été créé en 1935, à la suite des difficultés d'application de la loi de 1919 dans le secteur viticole. Jusqu'à la réforme des AOC de 1990, il ne s'occupait que des vins et eaux-de-vie.

7. Ricard, 1999, analyse les conditions d'élaboration des zones AOC, la composition des commissions et le rôle des experts.

I Références bibliographiques

- BAHUCHET Serge, Bernadette LIZET, 2003, « L'ethnobotanique au Muséum national d'histoire naturelle », in Pierre Lieutaghi et Danielle Musset (dir.), *Plantes, sociétés, savoirs, symboles. Matériaux pour une ethnobotanique européenne*, Les cahiers de Salagon n° 8, Manne, musée conservatoire de Salagon et Les Alpes de lumière : 15-32.
- BATAILLON Claude, 1999, *Pour la géographie*, Paris, Flammarion.
- BENKO Georges, 2001, « Développement durable et systèmes productifs locaux », in Datar, *Réseaux d'entreprises et territoires. Regard sur les systèmes locaux*, Paris, La documentation française : 117-134.
- BÉRARD Laurence, Philippe MARCHENAY (dir.), 1998, « Patrimoine, montagne et biodiversité », numéro thématique de : *Revue de géographie alpine*, n° 4, tome 86.
- 2002, « Le sens de la durée. Ancrage historique des “produits de terroir” et protection géographique », in Martin Bruegel et Bruno Laurioux (dir.), *Histoire et identités alimentaires en Europe*, Paris, coll. « Hachette Littératures » : 23-35.
- 2004, *Les produits de terroir. Entre cultures et règlements*, Paris, CNRS éditions.
- BRUNET Roger (dir.), 1992, *Les mots de la géographie, dictionnaire critique*, Paris, Reclus-Documentation française.
- CHEVALLIER Denis, Isac CHIVA, 1991, « L'introuvable objet de la transmission », in Denis Chevallier (dir.), *Savoir faire et pouvoir transmettre. Transmission et apprentissage des savoir-faire et des techniques*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme : 1-11.
- DAVALLON Jean, André MICOUD, Cécile TARDY, 1997, « Vers une évolution de la notion de patrimoine ? Réflexions à propos du patrimoine rural », in Daniel Grange et Dominique Poulot (dir.), *L'esprit des lieux. Le patrimoine et la cité*, Grenoble, PUG : 195-205.
- DELFOSE Claire, 1997, « Noms de pays et produits de terroir ou les enjeux des dénominations géographiques », *L'espace géographique* n° 4 : 220-230.
- 2000, « Qualité du produit de terroir et histoire locale, ou comment le géographe rencontre l'histoire locale », *Histoire locale*, Nantes, Siloë : 37-48.
- FABRE Daniel, 1992, « L'ethnologue et ses sources », in Gérard Althabe, Daniel Fabre et Gérard Lenclud (dir.), *Vers une ethnologie du présent*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme : 39-55.
- FRIEDBERG Claudine, 1987, « Les études d'ethnoscience », *Le courrier du CNRS*, « Images des sciences de l'homme. Ethnologie, préhistoire, anthropologie », suppl. au n° 67. Paris, CNRS : 19-24.
- Institut national des appellations d'origine, 2002, *L'Institut national des appellations d'origine, l'AOC et l'IGP*, Paris, INAO (non publié).
- JEAN-BRUNHES DELAMARE Mariel, 1968, « Géographie humaine et ethnologie », *Ethnologie générale*, Encyclopédie de la Pléiade, Paris, Gallimard : 1465-1503.
- LEROI-GOURHAN André, 1968, « L'expérience ethnologique », *Ethnologie générale*, Encyclopédie de la Pléiade, Paris, Gallimard : 1816-1825.
- LEVI-STRAUSS Claude, 1962, *La pensée sauvage*, Paris, Plon (rééd. 1993).
- 1983, *Le regard éloigné*, Paris, Plon.
- PILLEBOUE Jean (dir.), 1999, *La qualité agro-alimentaire et ses territoires, Sud-Ouest européen*, n° 6.
- RICARD Daniel, 1999, « Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères », in Jean Pilleboue (dir.), *La qualité agro-alimentaire et ses territoires, Sud-Ouest européen*, n° 6, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail (PUM) : 31-40.

I ABSTRACT

Country products : from research to expertise

Ethnologists and geographers are very much requested today to take part in discussions about local and traditional agricultural and food productions. They often share common research themes – such as patrimony, locality, cultural frontiers – and their views complement one another. Both disciplines are needed by experts to help them delimit the areas of products with a guarantee of origin. When travelling through the country together ethnologists and geographers can observe similarities, differences and also subtleties, more especially methodological, in their appreciations and interpretations. But their opinions often reinforce each other against those of researchers in other disciplines (earth or life sciences) working on the same topic.

Keywords : Country products. Guarantee of origin. Expertise. Patrimony. Know-how.

I ZUSAMMENFASSUNG

Die Landesprodukte : von der Forschung zur Expertise

Ethnologen und Geographen werden heute sehr gefragt in den Debatten über lokale traditionelle landwirtschaftliche Produkte und Nahrungsmittel. Sie teilen oft dieselben Thematiken miteinander – wie das Patrimonium, die Ortschaft, die Kulturellen Grenzen – und ihre Gesichtspunkte ergänzen sich. Beide Disziplinen werden von Fachmännern benötigt, um ihnen zu helfen, die Zonen von Produkten mit geprüfter Herkunftsbezeichnung zu bestimmen. Beim Durchziehen ihr Feld zusammen können Ethnologen und Geographen Ähnlichkeiten, Unterschiede und auch Nuancen, besonders methodologische, in ihren Einschätzungen und Interpretationen feststellen. Aber ihre Meinungen bestärken oft einander gegenüber den von Forschern in anderen Disziplinen (Erden- oder Lebenswissenschaften), die dasselbe Thema studieren.

Stichwörter : Landesprodukte. Geprüfte Herkunftsbezeichnung. Expertise. Patrimonium. Können.