Etud. Rech. Syst. Agraires Dév., 2001, 32 : 111-127

Facteurs naturels et humains des terroirs viticoles français : méthode d'étude et valorisation

René MORLAT
Gérard BARBEAU
Christian ASSELIN

INRA - Unité de Recherches sur la Vigne et le vin
42, rue G. Morel - BP 57 - 49071 Beaucouzé Cedex
morlat@angers.inra.fr - Tél. 02 41 22 56 80 – Fax. 02 41 22 56 65

Résumé

La notion de terroir sur laquelle repose le système d'Appellation d'Origine Contrôlée, est aujourd'hui vue comme un atout majeur pour faire face à la mondialisation des échanges et à la standardisation des produits. Mais celle-ci reste à la fois à mieux objectiver et à conforter pour renforcer la typicité des produits et améliorer l'adaptation des itinéraires techniques. L'objectif de cette étude est double : d'une part de faire le point des connaissances scientifiques acquises sur l'effet « terroir » en viticulture ; d'autre part de proposer une méthode opérationnelle pour l'étude des terroirs associant le savoir empirique des vignerons à ces connaissances scientifiques. Le concept développé en Anjou d'Unité Terroir de Base (UTB) a permis de mettre en évidence une relation forte entre les caractéristiques sensorielles d'un vin et son terroir d'origine. Trois grandes variables explicatives de l'effet terroir sur la vigne, ont été dégagées : la précocité, le potentiel de vigueur, et enfin le potentiel d'alimentation en eau. Sur ces bases, un modèle de terrain simple à utiliser, reposant sur la profondeur de sol et son degré d'argilisation, a été développé et testé pour identifier et cartographier chaque UTB. Des algorithmes experts, permettant une estimation chiffrée des variables explicatives de l'effet terroir pour chaque UTB, ont été mis au point. La confrontation de ces données aux connaissances des vignerons montre que le modèle de terrain utilisé permet d'identifier des unités de terroir généralement pertinentes, vis-à-vis de la réponse de la vigne. L'ensemble de ces études est actuellement valorisé auprès de la filière viticole en Anjou sous la forme d'atlas cartographiques directement utilisables par les vignerons à l'échelle parcellaire, pour une connaissance des terroirs et une adaptation des pratiques agro-viticoles.

Mots-clés : terroir - modèle de terrain – enquête – vin - valorisation.

Abstract

Environmental and human factors of French viticultural "Terroirs": a study method and its valorisation by winegrowers. The concept of "terroir" underpinning the "Appellation d'Origine Contrôlée" system is viewed as a major asset in the present context of trade globalisation and standardisation of food commodities. But it needs to be defined more precisely to consolidate the typicity of food commodities and develop more adapted grapevine management itineraries. The study had a twofold purpose: to review current scientific knowledge on "terroir" effects in viticulture and to propose an operational method for the study of "terroirs" which associates the empirical knowledge detained by the winegrowers with scientific knowledge.

The concept of "Unité Terroir de Base" (UTB or Basic Terroir Unit), developed in the Loire valley, enabled the authors to highlight the existence of a strong correlation between the sensorial features of a wine and the "terroir" on which it was grown. They identified three main explicative variables of the "terroir" effect on grapevines: grapevine earliness, vigour and yield potential of the vines and, last, the water supply potential. These variables enabled them to produce and test an easy-to-use field model based on the soil depth and its degree of argilisation to identify and map each UTB. Expert algorithms were developed which give an estimate of the explicative variables of the "terroir" effect for each UTB. Confronting this data with the winegrowers' knowledge showed that the field model can be used to identify "terroir" units that are on the whole relevant as regards grapevine response. The results of these studies are being currently experimented in the Anjou winegrowing sector in the form of map atlases that can be used directly by the winegrowers at the field parcel scale for better knowledge of the "terroirs" and adjustment of agro-viticultural practices.

Keywords: *"terroir" - field model - viticultural survey - wine - valorisation.*

1. Introduction

Le concept de terroir, depuis longtemps utilisé en viticulture, apparaît comme une notion vaste, dont la définition peut varier selon les disciplines (géographie, histoire, droit, sociologie, économie, science du sol et agronomie, etc..). Conscients de l'intérêt d'une approche comparative à ce sujet, nous limiterons toutefois notre objet d'étude à l'acception qui nous a servi à développer les travaux présentés dans cet article. Dans celle-ci, le terroir se rapporte, d'une part, « à une étendue de terre assez limitée, considérée du point de vue de ses qualités ou de ses aptitudes agricoles », et d'autre part, à la valorisation particulière qui en est faite par une communauté de viticulteurs sous l'angle d'un usage et d'un savoir-faire, capables d'exprimer les potentialités naturelles à travers le produit (Salette *et al.*, 1998). Selon les régions viticoles, la délimitation de l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), n'a pas privilégié les mêmes facteurs : historico-géographiques dans le cas des AOC communales du Médoc, géologiques dans celui du vignoble de Chablis ou de Champagne (Fanet, 1998, 2000), ou encore juridiques pour le lieu-dit « Coulée de Serrant » de l'AOC Savennières.

Le terroir peut être considéré comme un système complexe, constitué d'une chaîne de facteurs (facteurs naturels du milieu, climat du millésime, cépage, facteurs humains d'intervention) allant jusqu'au produit final.

Chaque région viticole française correspond à un territoire dans lequel s'exprime une plus ou moins grande variabilité des facteurs naturels (le climat et les sols au sens large) qui influencent le fonctionnement de la vigne et jouent un rôle sur les caractéristiques finales du vin. Les viticulteurs sont confrontés à cette diversité naturelle, notamment à travers certains choix cruciaux qu'ils doivent faire et qui les engagent pour plusieurs décennies (porte-greffes, cépages, entretien des sols, etc.). De ce fait, les travaux scientifiques sur les terroirs peuvent avoir des retombées importantes, en matière d'adaptation de l'itinéraire technique agro-viticole au couple terroir / millésime. Il devrait en résulter non seulement une amélioration de la qualité des vins, mais aussi une typicité renforcée du produit. Ces travaux permettront également de proposer des outils et critères renouvelés, pour le zonage des aires d'appellation d'origine.

Mieux utiliser le facteur terroir pour augmenter la qualité, améliorer la typicité du vin, et authentifier finement son origine (traçabilité), est un atout économique pour les vignerons, face à une mondialisation du marché. L'approche scientifique a permis de proposer le concept d'Unité Terroir de Base (UTB) comme pivot méthodologique. Il représente une entité territoriale de fonctionnement de la vigne, valorisable par la viticulture (Morlat, 1998).

2. Démontrer et expliquer le lien du vin à son terroir

2.1. Dispositif d'étude

En Val de Loire, cette démonstration s'est appuyée sur un réseau multilocal de parcelles expérimentales, permettant d'étudier 13 terroirs différents, répartis dans les vignobles de Chinon, Bourgueil et Saumur-Champigny.

Chaque unité de terroir a été définie, à l'échelle cartographique du 1/25.000, par : l'étage géologique auquel elle appartient, la nature précise de la roche mère du sol et par les caractéristiques du sol lui-même sur le plan pédogénétique et physico-chimique.

Pour toutes les parcelles, nous avons utilisé un même matériel végétal (sélection massale de Cabernet franc greffé sur SO4), une conduite de la vigne et du sol identiques, ainsi que la même vinification et élevage des vins.

Dans cet essai, huit parcelles implantées sur une même unité de terroir (sol calcaire sur craie sablo-glauconieuse du Turonien moyen), ont permis d'étudier l'homogénéité de réponse de la vigne à une UTB donnée, à travers le vin.

Les divers résultats portent sur des années climatiques très différentes, entre 1979 et 1997, ce qui a permis d'aborder l'interaction millésime / terroir.

Entre 1990 et 1995, un autre réseau de parcelles a été installé en Alsace, en collaboration avec le Centre INRA de Colmar, afin de vérifier dans d'autres conditions que celles du Val de Loire (région viticole, climat, sols, cépage, conduite de la vigne, type de vin), l'existence de l'effet terroir.

2.2. Influence du terroir sur la vendange et le vin

En Val de Loire, l'effet du terroir a été étudié avec une large gamme de roches et de sols dont les principaux étaient les suivants : sols sur craie, sols sur grès et poudingues, sols gravelo-caillouteux de terrasse fluviatile, sables argileux sur argiles, limons d'apport éoliens, sables colluviaux épais sur argiles. Il s'est révélé très important sur la composition de la vendange comme le montrent, par exemple, les résultats de 1997, obtenus avec le cépage Cabernet franc (Tableau 1).

On peut observer, entre terroirs, des écarts atteignant : 15 % pour les teneurs en sucres réducteurs soit environ 2 degrés d'alcool potentiel, 63 % pour l'acide malique, 38 % pour les anthocyanes et 35 % pour l'indice de polyphénols. Il faut souligner que les différences obtenues en 1997, entre terroirs, sont comparables à celles déjà notées en 1979 ou 1980, alors que la vigne n'était seulement âgée que de 5 ans.

En Alsace, avec le cépage blanc aromatique Guewürztraminer, les teneurs moyennes en sucres réducteurs vont de 193 g/l pour des alluvions caillouteuses fluviatiles, à 206 g/l pour un granite des Vosges et jusqu'à 234 g/l pour un calcaire marneux de l'Oligocène. Dans les mêmes conditions, l'acidité totale varie dans une gamme située entre 50 et 75 meq / l (Lebon *et al.*, 1996).

En Val de Loire, les dégustations des vins rouges issus des divers terroirs, ont été réalisées par un jury d'une trentaine de membres ayant été entraînés à utiliser une fiche d'évaluation sensorielle qui permettait de noter l'intensité de chaque descripteur sensoriel sur une échelle normée allant de 1 (très faible) à 5 (très fort). Les données ont été interprétées grâce à l'analyse factorielle multiple (Asselin *et al.*, 1992).

Parcelles (terroir)	**Sucres réducteurs** (g / litre de moût)	**Acide malique** (meq / litre de moût)	**Anthocyanes** (mg / 100g de baies)	**Indice Polyphénols**
1DAM Craie glauconieuse (Turonien moyen)	233	26	147	66
1CHA Sables caillouteux sur grès et poudingues (Eocène)	216	18	180	86
4EL Sables argileux sur argiles (Sénonien)	208	43	136	62
1TUR Limons des plateaux (Quaternaire)	184	49	137	58
1VAU Limons argileux à silex (Sénonien)	203	39	119	56
2ING Sables épais sur argiles (Colluvions)	197	44	112	56

Tableau 1. Principaux constituants du raisin à la date des vendanges dans divers terroirs, en 1997 (Cépage Cabernet franc sur SO4, en Val de Loire, prélèvement du 06/10/97)

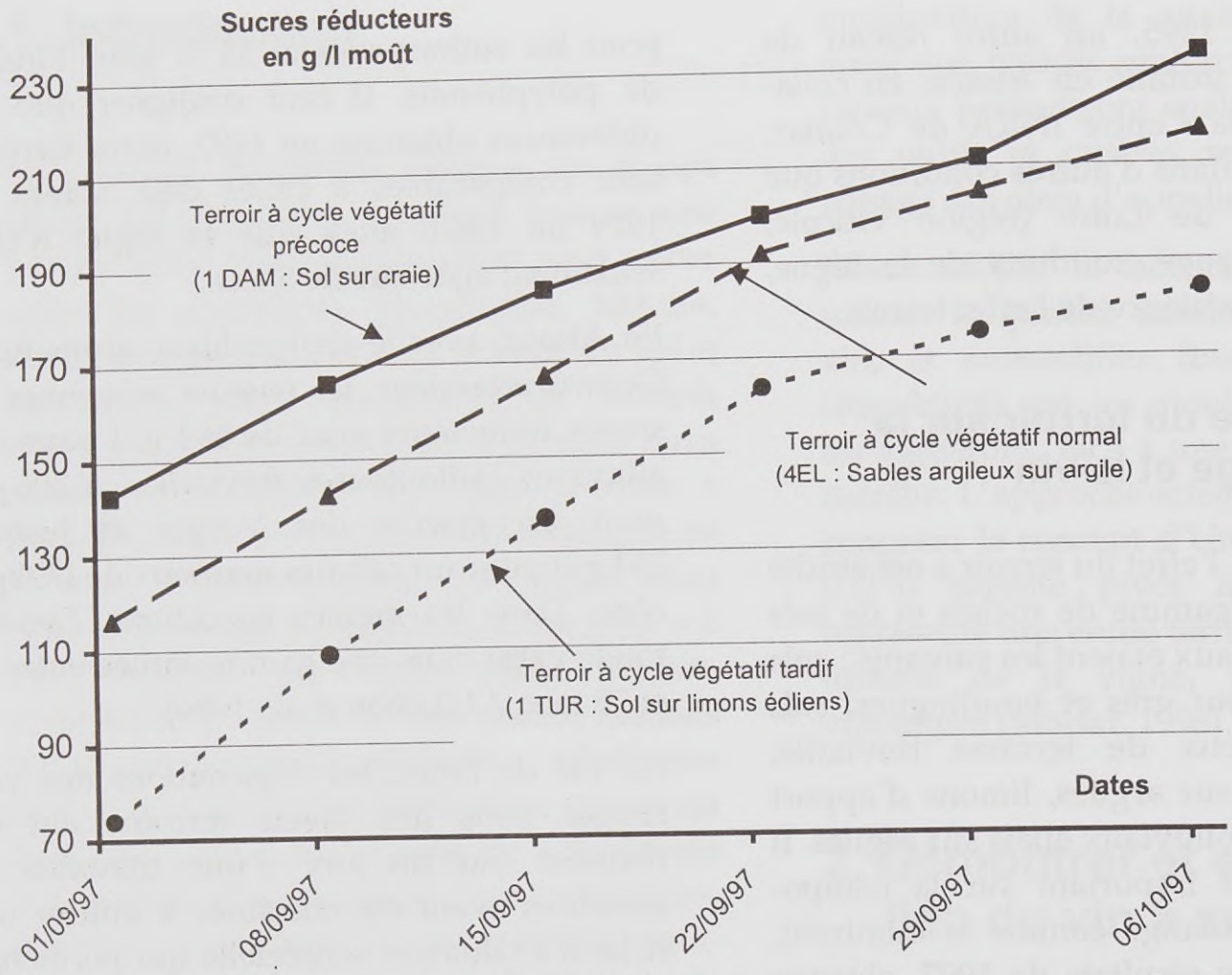
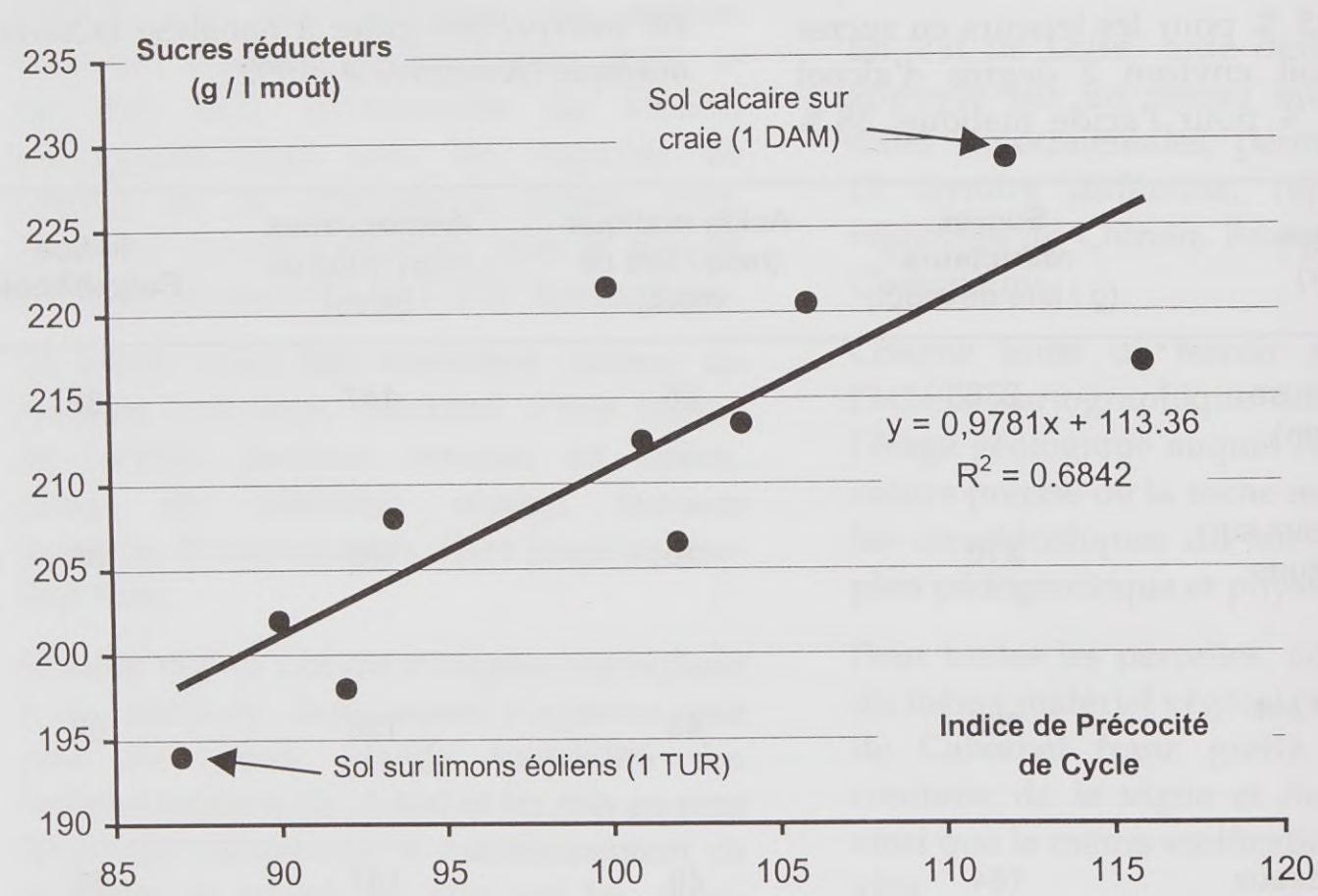


Figure 1. Effet de la précocité du cycle végétatif sur l'accumulation des sucres réducteurs dans les baies, dans divers terroirs (Cabernet franc / SO4, Val de Loire, année 1997)



IP cycle = IP flor + 100 [(Vm-Fm) - (Vi-Fi) / (Vm-Fm)]

où : Vm = date mi-véraison moyenne des parcelles (date départ 1er janvier)
Vi = date mi-véraison de la parcelle i
Fm = date mi-floraison moyenne des parcelles
Fi = date de mi-floraison de la parcelle i
avec IP Cycle = Indice de Précocité de cycle végétatif de la vigne
avec IP Floraison = 100 [1+ (Fm-Fi / Fm)]

Figure 2. Relation entre l'indice de précocité de cycle de la vigne (Barbeau *et al.*, 1998) et la teneur en sucres réducteurs des baies (Cabernet franc / SO4, Val de Loire, année 1997)

Les résultats ont permis de constituer trois grands groupes de vins :

- des vins qui ont été considérés, quel que soit le millésime, comme les plus intenses aux plans visuel, aromatique et gustatif ; avec un bon équilibre, une forte harmonie et même du velouté. Ils proviennent de terroirs divers comme des sables épais du Sénonien, des argiles épaisses de l'Eocène mais surtout des sols sur craie sablo-glauconieuse du Turonien. A ce propos, il faut souligner que la plupart des parcelles répétitions (80 % d'entre elles) choisies sur ce terroir, ont donné des vins placés dans le même groupe, si bien que l'on peut dire qu'il y avait un bonne reproductibilité de l'effet terroir. On a pu relier ces types de vins aux vendanges les plus riches en composés nobles de la baie (Tableau 1).

- Des vins toujours caractérisés comme les moins intenses, sur le plan visuel et aromatique, avec un manque d'équilibre. Ils avaient aussi de faibles intensités d'attaque et de fin de bouche, et ont été souvent notés acides et parfois brûlants, sans beaucoup de velouté. Ils sont issus de terroirs variés comme des limons à silex du Sénonien, des limons d'apports éoliens, ou des colluvions sableuses épaisses sur argiles. Ces vins proviennent en général des vendanges les moins riches en composés comme les sucres, ou les anthocyanes.

- Enfin, des vins dont les caractéristiques sensorielles varient beaucoup avec le millésime, comme ceux produits par les sols sablo-caillouteux sur grès et poudingues de l'Eocène, les sols gravelo-sableux de la basse terrasse de la Loire, ou les sables argileux sur argiles sableuses du Sénonien.

2.3. Les facteurs explicatifs de l'effet terroir mis en évidence

Il faut rappeler que chaque vignoble est d'abord soumis à l'influence d'une zone climatique qui dépend surtout de l'hémisphère, de la latitude et de l'altitude. De nombreuses recherches sur le zonage à cette échelle (pays, continent) ont permis d'établir divers indices bioclimatiques.

A l'échelle de la région, les différences entre terroirs concernant la composition des vendanges et les caractéristiques sensorielles des vins, peuvent s'expliquer par un certain nombre de variables que nous avons pu dégager :

a) Précocité de cycle de la vigne

Les résultats obtenus, tant en Val de Loire qu'en Alsace, mettent en lumière le rôle essentiel de la précocité de cycle de la vigne dans l'explication du niveau de maturité atteint au moment des vendanges, particulièrement dans les vignobles septentrionaux où les conditions thermiques et lumineuses peuvent devenir limitantes dès le début de l'automne. En Val de Loire, des suivis phénologiques de la vigne, enregistrés sur de nombreux millésimes, ont mis en évidence de grandes différences de précocité, entre terroirs. Barbeau *et al.* (1998) ont élaboré un indice de précocité de cycle permettant de quantifier ces différences.

Ces variations de précocité entre terroirs, s'expriment bien sur les courbes de maturation, en créant des écarts importants dans les quantités initiales des composés nobles de la baie (Figure 1), et ceux-ci subsistent jusqu'aux vendanges. Des corrélations significatives ont été établies (Morlat *et al.*, 1997 ; Barbeau *et al.*, 1998) entre l'indice de précocité de cycle et les constituants de la vendange (sucres réducteurs, acides organiques, anthocyanes, polyphénols) (Figure 2).

En Alsace, les variations de précocité de la vigne entre divers terroirs, sont à relier principalement à la composante climatique aérienne (mésoclimat) de l'unité terroir de base. Les pentes exposées sud et sud-ouest, particulièrement sur granite et conglomérat calcaire, permettent un échauffement diurne des versants, lié au rayonnement global. Cet effet sur la température de l'air est renforcé par les capacités d'échauffement des sols en surface et l'atténuation de la ventilation.

En Val de Loire, ces différences climatiques entre terroirs, sont nettement plus faibles et n'expliquent pas majoritairement les variations de précocité de la vigne.

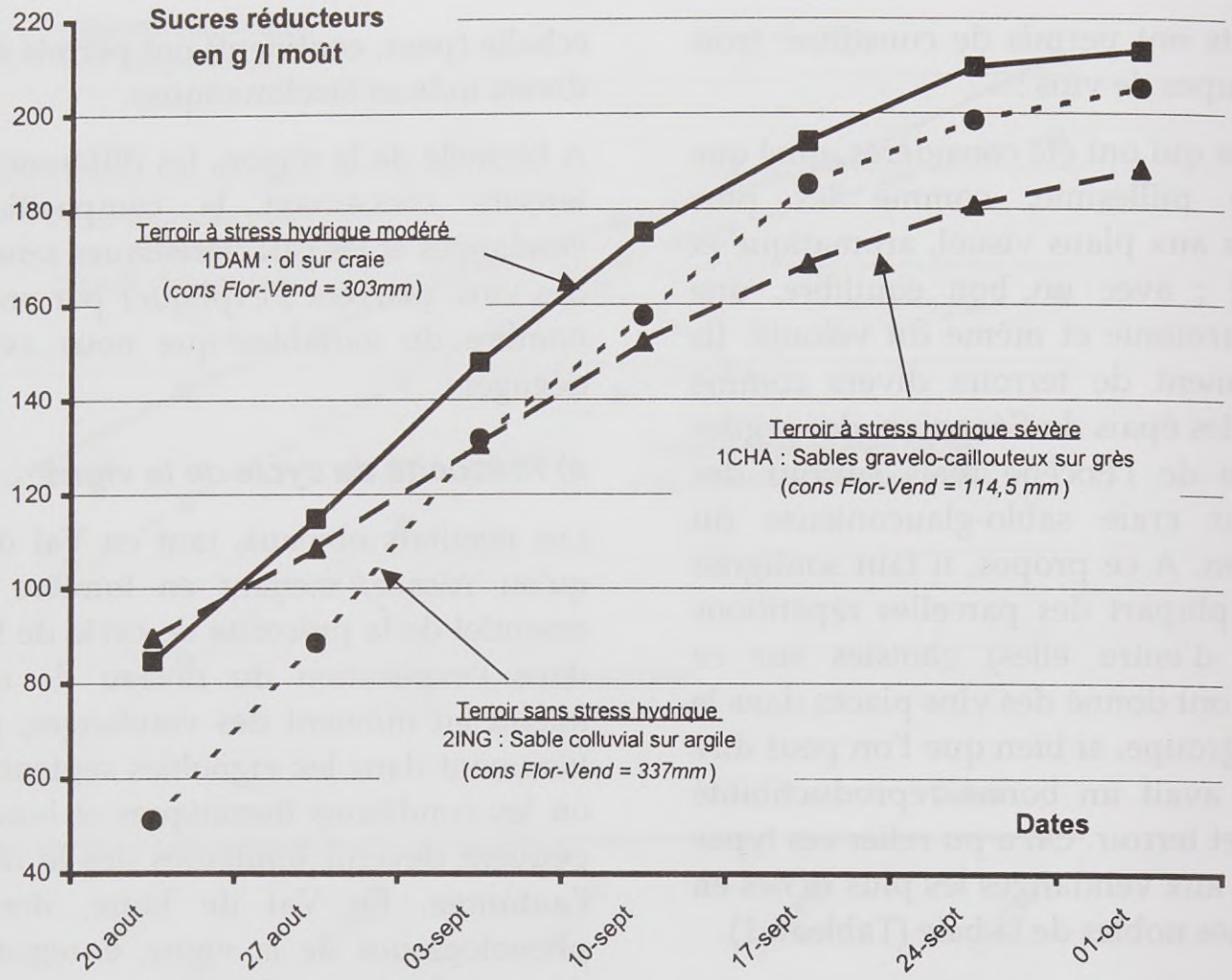


Figure 3. Effet des conditions d'alimentation en eau de la vigne sur l'accumulation des sucres réducteurs dans les baies, durant la maturation (Cabernet franc / SO4, année 1990)

Mais dans la phase de réchauffement du printemps, des différences de températures pouvant atteindre plusieurs °C ont pu être mesurées entre divers sols (Morlat, 1989 ; Cellier *et al.*, 1996). Le stade phénologique observé à une même date, dans chaque parcelle, est apparu en liaison positive étroite avec la somme des températures supérieures à 10°C (seuil végétatif admis pour la vigne) reçues par les horizons du sol les plus colonisés par l'enracinement. Si ces horizons sont proches de la surface, la précocité de la vigne est améliorée. La température de ces couches est liée aussi au comportement thermique global du sol : ce dernier dépend à la fois de la capacité calorifique volumique du milieu et de sa conductivité thermique (Cellier *et al.*, 1996). Ces deux caractéristiques sont à rapprocher des propriétés physiques du sol qui varient d'un terroir à l'autre (teneur en eau, texture, type d'agencement et de contact entre particules, couleur et état de surface, type de transition entre horizons).

b) Conditions d'alimentation en eau de la vigne

En Val de Loire, certains terroirs pouvant induire des contraintes hydriques fortes pour la vigne (sols gravelo-sableux de terrasse de la Loire, sols sablo-caillouteux sur grès et poudingues) produisent des vins rouges dont l'expression sensorielle varie fortement selon les conditions hydriques des millésimes. En année pluvieuse, ces vins sont considérés comme assez intenses, toujours harmonieux, présentant une certaine structure et souvent crédités d'arômes floraux ou fruités. En année sèche, comme en 1982 ou 1990, l'effet du stress hydrique diminue l'accumulation des sucres (figure 3) et des anthocyanes, tandis que la combustion de l'acide malique est exacerbée, de même que la synthèse des polyphénols (Morlat *et al.*, 1992), d'où des vins considérés comme moins harmonieux et moins aptes au vieillissement.

Ce type de comportement est lié à des difficultés d'alimentation en eau entraînant des stress sévères de la vigne, en raison de réserves du sol trop faibles, parfois non reconstituées pendant l'hiver et trop vite épuisées par un enracinement limité en profondeur par une roche compacte (exemple en 1990 : 115 mm d'eau consommés entre la floraison et la vendange). Dans les terroirs sur craie tuffeau ou argiles de l'Eocène, les réserves en eau de la roche, tout

en étant assez liées à la phase solide, restent accessibles à des racines profondes. Il s'établit une contrainte hydrique modérée, favorable à la maturation (303 mm d'eau consommés). Enfin, dans les sables épais colluviaux sur argiles sableuses, la consommation en eau est proche de l'évapotranspiration maximale de la vigne, en raison de réserves profondes abondantes et facilement extractibles par un enracinement plongeant très ramifié (337 mm d'eau consommés) ; il en résulte une croissance végétative très forte pouvant encore être active pendant la maturation et venant concurrencer les baies dans la destination des assimilats, (Morlat *et al.*, 1992).

c) Potentiel de vigueur du terroir et autres facteurs

Il est admis en viticulture qu'il existe une liaison négative entre le rendement en raisin (en tonnes/ha), et la qualité de la vendange. Les caractéristiques du terroir définissent un potentiel de vigueur qui peut déterminer un potentiel de rendement. Cette relation s'est vérifiée dans nos expérimentations, sauf dans les cas de stress hydriques sévères qui limitent à la fois la production et la qualité du raisin. Le potentiel de vigueur et de rendement dépend beaucoup des conditions que rencontre le système racinaire pour se développer et fonctionner. En Val de Loire, plusieurs types de profils racinaires ont été mis en évidence en fonction des terroirs, pour le cépage Cabernet franc greffé sur SO4 (Morlat et Jacquet, 1993).

Le potentiel de vigueur du terroir qui influence, pour un même mode de conduite, l'entassement du feuillage, va modifier indirectement le microclimat thermique et lumineux de la zone des grappes dont le rôle important dans la maturation du raisin a été démontré (Carbonneau, 1980 ; Smart 1985). Bien qu'aucun effet véritable de la composition chimique du terroir (éléments majeurs et oligo-éléments), n'ait pu être mis en évidence dans le cadre des travaux présentés, il serait utile de mettre en place un essai dans lequel le protocole permettrait de découpler l'effet des facteurs chimiques de celui des facteurs physiques.

3. Une méthode opérationnelle pour l'étude des facteurs naturels et humains du terroir

Depuis plusieurs années, l'intérêt grandissant des vignerons pour la notion de terroir et ses perspectives sur le plan agro-viticole et commercial a engendré une forte demande pour des études dans divers vignobles. La méthodologie utilisée en recherche, indispensable sur le plan fondamental, s'est avérée trop lourde et complexe pour répondre à cette demande. Il était donc nécessaire de tenter d'élaborer une méthode opérationnelle et transférable à la profession. Celle-ci comporte trois volets principaux :

- élaboration d'une modèle simple et généralisable d'identification, caractérisation et zonage de l'Unité Terroir de Base,
- approche par enquête de la perception empirique du terroir par le vigneron pour alléger l'étude de l'effet terroir sur la vigne et le vin,
- valorisation des résultats auprès des viticulteurs.

Les travaux ont été conduits dans le cadre du programme « Terroirs d'Anjou » qui a débuté fin 1994 pour une période de 5 ans. L'étude a été réalisée sur 29 communes (soit environ 30.000 ha) situées au cœur du vignoble de l'Anjou, au Sud de la Loire, au contact entre le Bassin Parisien sédimentaire à l'Est, et le Massif Armoricain éruptif et métamorphique à l'Ouest. La zone est traversée par une importante faille géologique, de direction NW - SE, empruntée par le cours d'eau du Layon. Sur une surface relativement restreinte, la mise au point de la méthode a bénéficié d'une très grande diversité de terroirs, dans le contexte de nombreuses appellations d'origine contrôlée, allant de la zone A.O.C .générique jusqu'au Cru. Enfin, l'existence de nombreuses exploitations familiales, commercialisant directement leurs vins, était un élément favorable à la mise au point d'une méthode d'enquête viticole, qui requiert une

bonne connaissance empirique des relations terroir –vin.

3.1. Un modèle de terrain pour identifier et zoner l'Unité Terroir de Base

Dans une appellation d'origine contrôlée, en raison de la variabilité des facteurs naturels qui s'exprime à grande échelle, il existe, sur le plan des conditions écophysiologiques rencontrées par la vigne, plusieurs UTB La cartographie classique, privilégiant une approche pédogénétique du sol, est insuffisante pour identifier ces territoires. Pour résoudre ce problème, un modèle de terrain a été développé (Morlat, 1996, 1997). Il propose plusieurs clefs pour connaître les UTB d'un vignoble. Une première double clef fait intervenir la composante géologique du terroir. Elle utilise, d'une part l'étage stratigraphique et, d'autre part la nature précise de la roche-mère du sol.

Ensuite, pour traiter le sol et sa variabilité, une seconde clef majeure permet de distinguer trois types de milieu nommés : roche, altération et altérite. Pour identifier un milieu, seuls sont utilisés l'épaisseur du sol et le degré d'altération de sa roche-mère. Cela se traduit en général par une teneur en argile du sol qui augmente dans le sens roche < altération < altérite. Plus précisément, pour un même étage géologique et un même type de roche, préalablement identifiés par la clef géologique, chaque milieu sera défini comme suit :

- milieu roche dans lequel le sol est le plus caillouteux et le moins argileux de la série et qui repose sur la roche–mère saine ou peu altérée, apparaissant au plus à 70 cm de profondeur ;
- milieu altération où le sol est moins caillouteux et plus argileux, tandis que le matériau géologique de la roche–mère, en cours de transformation mais identifiable, se rencontre entre 70 et 120 cm de profondeur ;
- milieu altérite qui présente le sol le moins caillouteux et le plus argileux de la série sans que la roche-mère, même en voie de transformation, n'apparaisse avant 120 cm.

Cette clef du modèle, relative au sol, s'applique à toutes sortes de roches-mères, meubles (marnes, molasses, argiles géologiques, etc.) ou de dureté variable (craie, calcaires, grès, schistes plus ou moins métamorphiques, granites, roches volcaniques, etc.). Par contre, elle ne peut s'appliquer aux terroirs sur matériaux d'apport, comme des limons éoliens, moraines glaciaires ou alluvions fluviatiles, qui n'ont pas de roche – mère. Mais les outils développés (profondeur de sol et degré d'argilisation) restent valables pour le zonage de ces terroirs.

Sur le terrain, la cartographie des UTB est faite à l'échelle du 1/ 12.500, par un semis de points de sondage à la tarière dont chacun est caractérisé par un ensemble de critères. En premier lieu, il s'agit de l'étage géologique et de la nature de la roche–mère du sol. L'altitude, la topographie, l'orientation de la pente, et l'Indice d'Ouverture de Paysage dont la méthode de mesure a été exposée par Morlat, (1996) sont déterminés à chaque point de sondage.

Pour le sol, sont retenues les variables que l'on peut aisément cartographier : couleur, épaisseur et type de chaque horizon, texture, drainage de l'eau dans le sol, réaction à l'acide. Des analyses physico-chimiques (granulométrie, composition chimique du sol) sont réalisées sur des échantillons prélevés à la tarière et sur des fosses pédologiques qui permettent aussi la détermination in situ de la masse volumique apparente, la structure, la résistance mécanique à la pénétration et les réserves en eau du sol, comme de l'enracinement de la vigne. La densité des points de sondage dépend de la complexité du milieu et se situe en moyenne entre 0,5 et 1 point/ha. Ils sont reportés sur photographies aériennes qui apportent aussi une aide précieuse pour la délimitation spatiale des UTB.

Ces données, de type géographique et alphanumérique, sont traitées par un Système d'Information Géographique, couplé à une base de données relationnelles.

Cette méthode privilégiant les composantes géologique et pédologique, pour identifier l'UTB , intègre la composante climatique aérienne du terroir, du fait des liens qui existent, à l'échelle de travail, entre les deux

types de variables (Jacquet et Morlat, 1997 ; Dumas *et al*, 1997). Mais, dans les rares cas où la pente est ≥ 10 %, l'orientation de celle-ci sera une clé secondaire de zonage de l' UTB.

L'Unité Terroir de Base est ainsi définie par un étage géologique, un type de roche et un type de milieu sol (roche, altération ou altérite). La mise en œuvre de ce modèle permet de produire des cartes faciles à utiliser par le vigneron (Carte 1). Son application à une région viticole, fera apparaître, *a contrario*, les formations colluviales ou d'apport qui peuvent aussi exister.

D'après les travaux déjà réalisés (Morlat, 1998 ; Schwarz, 1997), ce modèle doit permettre de représenter correctement, les variations des diverses propriétés physiques du sol qui sont majoritairement à la base de l'effet terroir.

Le potentiel de précocité, les conditions d'alimentation en eau, ou le potentiel de vigueur du terroir, ne sont pas directement appréciables sur le terrain. Une première génération d'algorithmes experts, permettant d'en avoir une estimation chiffrée, a donc été élaborée (Guilbault *et al*, 1998). Ceux-ci utilisent les critères que l'on peut directement cartographier, après pondération de chacun d'eux. Le choix des critères et la pondération ont été validés sur parcelles expérimentales.

3.2. Etude de l'effet terroir par enquête auprès des vignerons

Afin de réduire le coût et la durée des travaux, nous avons exploré les possibilités qu'offre une enquête pour caractériser l'effet terroir sur la vigne et le vin. Cette enquête avait aussi pour but de tenter de valider le modèle d'étude des terroirs proposé. Dans une première approche, nous avons privilégié l'entretien individualisé chez le vigneron, afin que ce dernier soit, à priori, dans les meilleures conditions psychologiques pour répondre au questionnaire (absence de leaders et de stress lié à un groupe, etc.). L'enquête a eu lieu avec chaque vigneron sur 18 communes de la zone étudiée. Le questionnaire utilisé aborde pour chaque parcelle et chaque cépage :

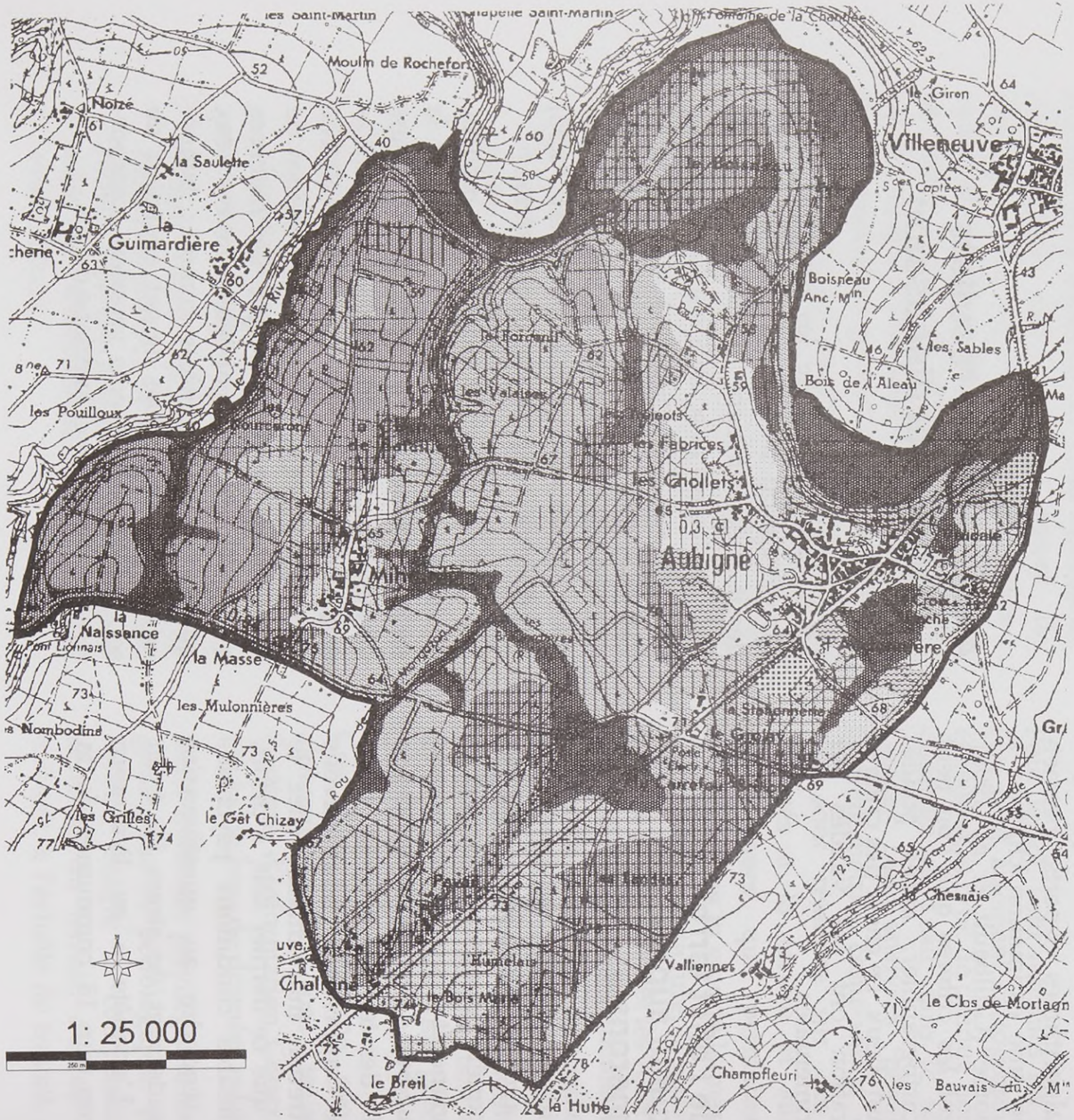
- les facteurs naturels du terroir (climat de la parcelle, comportement hydrique et thermique du sol) ;
- la vigne et son comportement (niveau de vigueur, niveau de précocité, comportement vis-à-vis de la contrainte hydrique) ;
- une estimation du potentiel de la parcelle pour la surmaturation du raisin,
- les pratiques de vendange et de vinification.

La plupart des questions comportait 3 modalités de réponse possibles soit : plus faible que la moyenne, dans la moyenne, plus fort que la moyenne. Bien entendu, la représentation de la moyenne pour chaque question, dépend sans doute du viticulteur, de la taille et de la situation géographique de son exploitation. Mais on peut penser que le nombre important de viticulteurs pris en compte, tamponne ces variations.

4. Exemple de résultats obtenus et discussion

Le tableau 2 compare les résultats de la caractérisation des terroirs par le modèle décrit précédemment (acquis à partir de 7547 sondages) avec ceux issus de l'enquête (obtenus sur 2579 parcelles). Il présente les variables qui, à la suite d'une Analyse en Composantes Multiples, sont apparues associées significativement (Valeur test >1.96) aux milieux roche, altération ou altérite.

Les milieux roche et altérite du modèle, quels que soient l'étage géologique et la roche-mère, sont bien définis par plusieurs variables du sol et du paysage viticole. Les écarts obtenus entre roche et altérite traduisent bien deux entités différentes de fonctionnement pour la vigne. Les réponses à l'enquête discriminent également ces deux milieux par des critères comme : température de l'air, risques de gel, épaisseur de sol, teneur en éléments grossiers, comportement thermique et hydrique du sol.



Légende

**** Formations superficielles et quaternaires
Colluvo-alluvions modernes fluviatiles du Layon
Colluvions du site
Formations superficielles de limons des plateaux
**** Cénozoïque/Pliocène
Placages de matériaux souvent rubéfiés, sablo-argilo-caillouteux
**** Cénozoïque/Miocène
Falun dur plus ou moins grésifié, calcaire, blanc à jaune
Falun sablo-calcaire friable, plus ou moins grésifié
Altération de falun calcaire dur typique, plus ou moins grésifié
Altération limono-argileuse de limon calcaire à calcique, friable, souvent caillouteux
Altération ocre roux, non calcaire, souvent caillouteuse de falun
Altérite argilo-limoneuse à argileuse de limon calcaire à calcique, souvent caillouteux
**** Mésozoïque/Cénomanien
Argiles vertes à grises
Argiles souvent ocre
**** Précambrien/ Briovérien
Métagrauwacke vert, gris-noir, ocre, parfois friable
Schiste vert à gris-noir, parfois friable
Altération de métagrauwacke vert à ocre
Altération de schiste vert ocre à gris-noir
Altérite de schiste ou métagrauwacke, ocre, vert

Fond thématique numérique à 1: 25 000 de l'Unité de Recherches sur la Vigne et le Vin ©INRA 1999
Fond cartographique numérique à 1: 25 000 de l'Institut Géographique National ©IGN - Paris - 1998 - Autorisation n°40 - 8033

Carte 1. Carte des Unités Terroir de Base de la commune d'Aubigné / Layon (Anjou)

Milieux du « Modèle général »	**Variables significatives** (Caractérisation terrain, 7547 points)	**Variables significatives** (Enquête parcellaire, 2579 parcelles)
Roche	Altitude : entre 30 et 70m Paysage : moyenne ouverture Pente, sommet butte Epaisseur sol < 60cm Eléments grossiers : > 25 % Réserve eau : faible à moyenne Drainage : bon à très bon	Température air : +forte que la moyenne Risque gel : fort Epaisseur sol : < 50cm Teneur forte éléments grossiers Sol chaud, séchant Précocité débourrement : +forte que la moyenne Vigueur +faible
Altération	Pente faible, plateau Epaisseur sol : > 60cm Eléments grossiers : 0, 5 à 25% Epaisseur sol : < 60cm Réserve en eau : faible à forte Drainage : correct à faible	Gel faible Epaisseur sol : > 80cm Teneur faible en éléments grossiers Teneur forte éléments grossiers Précocité débourrement : + faible que la moyenne
Altérite	Altitude : > 70m Plateau, pente faible, thalweg léger Epaisseur sol : > 100cm Eléments grossiers : 0, 5 à 15 % Réserve en eau : moyenne à forte Drainage : faible à mauvais	Température air : +faible à moyenne Risque gel : faible Epaisseur sol : > 80cm Teneur faible éléments grossiers Sol froid, humide Précocité débourrement : +faible que la moyenne Vigueur : +forte que la moyenne

Tableau 2. Variables de caractérisation du terroir significatives en A.C.M. en relation avec les 3 milieux générés par un modèle de terrain en Anjou (Valeur test A.C.M.> 1.96)

Le milieu roche est significativement associé aux modalités température plus forte et gel fort, alors que l'altérite l'est aux modalités température moyenne ou plus faible et gel faible. Cette perception apparaît logique car ces différences peuvent s'expliquer par les écarts d'altitude et de type de relief : la roche se distingue par une modalité altitude faible (30 à 70 m), une pente moyenne et une ouverture de paysage moyenne (pouvant réduire la ventilation) ; tandis que l'altérite se caractérise par une altitude >70 m et une pente faible. Dans le cas de la roche, la forte précocité induite au débourrement à la vigne, et liée à la nature du sol et au climat local, accentue encore le risque de gel de printemps, par rapport à l'altérite (Thelier-Huché & Morlat, 2000). Le milieu altération, phase intermédiaire dans l'évolution du complexe sol / roche, est moins bien caractérisé, surtout par l'enquête. Les critères significatifs le rapprocheraient plus de l'altérite, que de la roche.

A l'échelle de l'UTB, c'est-à-dire en comparant les trois milieux sols d'une même roche-mère appartenant à un étage géologique déterminé, on a pu affiner la caractérisation des terroirs les plus fréquents, d'une part sur métagrauwacke du Briovérien (6088 ha), et d'autre part sur schiste gréseux vert de l'Ordovicien-Dévonien (3526 ha). Les résultats montrent que les grandes tendances déjà évoquées sans tenir compte de la composante géologique, sont confirmées. Mais le milieu roche sur métagrauwacke est mieux défini par les viticulteurs que celui sur schiste gréseux, avec des sols plus caillouteux, chauds et des réserves en eau plus faibles. Sur le plan climatique, les réponses des vignerons traduisent des différences importantes entre les deux systèmes géologiques, pour l'intensité du vent, les risques de gel et la température de l'air (Tableau 3). Sur schiste gréseux de l'Ordovicien-Dévonien, la roche et l'altération ont une modalité significative « vent plus fort » qui ne se retrouve pas

	Modèle de terrain		
Milieux →	***Roche***	***Altération***	***Altérite***
Métagrauwacke du Briovérien	310 parcelles	176 parcelles	183 parcelles
- variables perçues par enquête :			
risque de gel	fort (7.48)		
vent			
température	forte (6.06)		moyenne (2.73)
- variables caractérisation INRA :			
altitude	[30 ; 70[(13)	[30 ; 70[(7)	[50 ; 70[(5)
pente			
ouverture de paysage		très ouvert (4)	
Schiste gréseux vert gris (o5-d2)	94 parcelles	73 parcelles	113 parcelles
- variables perçues par enquête :			
risque de gel	<u>fort (-4.14)</u>	<u>fort (-3.30)</u>	faible (3.24)
vent	fort (4.67)	fort (2.85)	
température		<u>forte (-2.83)</u>	<u>forte (-2.61)</u>
- variables caractérisation INRA :			
altitude	> 70 m (7)	> 90 m (11)	> 70 m (7)
pente	moyenne (4)		faible à nulle ((2)
ouverture de paysage		<u>très ouvert (-3)</u>	<u>très ouvert</u> (-4)

Les valeurs entre parenthèses sont les valeurs-test issues des ACM réalisées ; le signe (-) signifie l'opposition à cette variable (la modalité est alors soulignée).

Tableau 3. Variables de caractérisation paysagères et mésoclimatiques, significativement associées (au seuil de 5 %, valeur test > 1.96) à une Unité Terroir de Base

Variables calculées		Milieux Sol		
		Roche (4404 sondages)	***Altération*** (4350 sondages)	***Altérite*** (2292 sondages)
Réserve en eau	Moyenne mm	47,1	105,3	154,1
	(Coeff Var %)	(44)	(28)	(11)
Potentiel de Vigueur *	Note moyenne	6,1	9,7	11,7
	(Coeff Var %)	(28)	(19.5)	(12)
Potentiel de Précocité **	Note moyenne	49,3	39.8	33.7
	(Coeff Var %)	(7)	(13)	(11)

* faible [4 à 7[; moyen [7 à 10[; fort [10 à 12], calculé par algorithme expert.
** plus faible < 32 ; normal à plus faible [32-40] ; normal à plus fort [40-48], > 48 plus fort, calculé par algorithme expert (Guilbault *et al.*, 1998).

Tableau 4. Moyennes et coefficients de variation calculés, pour les variables de fonctionnement, dans les trois types de milieux générés par le modèle de terrain sur l'ensemble de la zone étudiée en Anjou

pour la métagrauwacke du Briovérien. Ces terroirs sont aussi opposés à la modalité gel fort, alors que c'est l'inverse pour le milieu roche sur métagrauwacke. Les différences d'altitude et de position géographique des deux systèmes, par rapport à la faille du Layon (compartiment effondré pour la métagrauwacke et surélevé pour les schistes gréseux), peuvent en être l'explication.

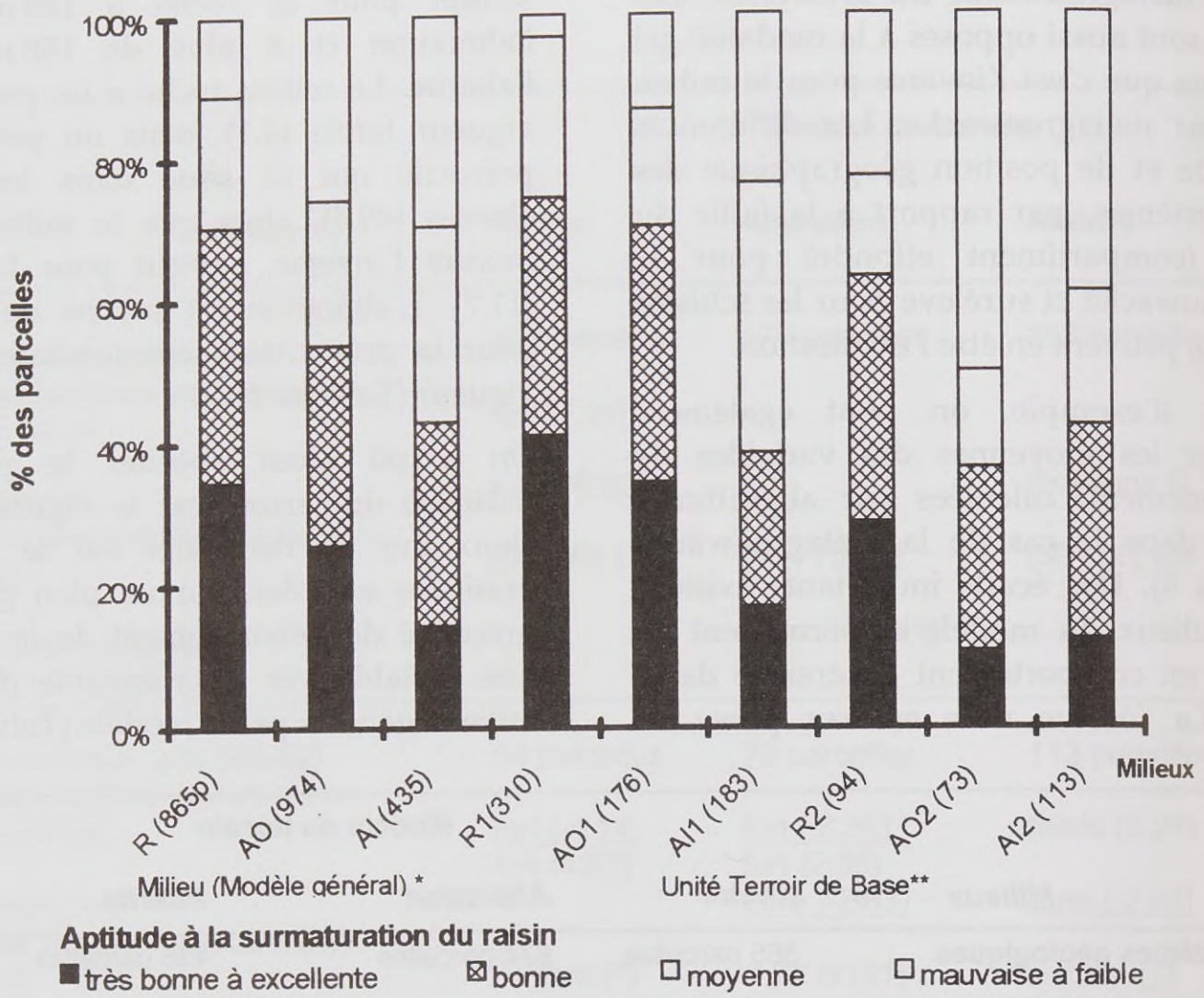
A titre d'exemple, on peut également présenter les moyennes des variables de fonctionnement, calculées par algorithmes experts dans le cas de la métagrauwacke (Tableau 4). Des écarts importants existent entre milieux du modèle et permettent de prévoir un comportement différencié de la vigne. La réserve utile en eau passe de 40 mm pour la roche à 100 mm pour l'altération et à plus de 150 mm pour l'altérite. Le milieu roche a un potentiel de vigueur faible (6.1), mais un potentiel de précocité qui se situe dans les valeurs élevées (49.3), alors que le milieu altérite montre l'inverse, surtout pour la vigueur (11.7). L'altération est proche de la roche pour la précocité et intermédiaire pour la vigueur (Tableau 4).

On a pu aussi aborder la perception indirecte du terroir par le vigneron et les choix qui en découlent sur le plan des pratiques viticoles. Sur un plan général, la précocité de débourrement de la vigne est une variable très discriminante des divers milieux générés par le modèle (Tableau 5).

	Modèle de terrain		
Milieux →	***Roche***	***Altération***	***Altérite***
Tous systèmes géologiques	865 parcelles	974 parcelles	435 parcelles
- perception indirecte :			
précocité au débourrement	forte (9.01)	faible (2.83) à moyenne (2.63)	faible (4.38)
développement végétatif :			
- en année normale	faible (4.29)	<u>faible (-3.68)</u>	
- en année sèche	faible (7.49)	fort (4.75)	<u>faible (-4.86)</u>
- valorisation :			
cépage	Chenin (5.80)		GR (3.93)
type de vin	BL (6.89)		1/2RS (2.99) ou R (2.95)
Métagrauwacke du Briovérien	310 parcelles	176 parcelles	183 parcelles
- perception indirecte :			
précocité au débourrement	forte (4.72)		faible (4.67)
développement végétatif :			
- en année normale	moyen (2.85)		fort (3.47)
- en année sèche	<u>fort (-4.54)</u>	fort (2.77)	fort (4.21)
- valorisation :			
cépage	Chenin (2.87)	Chenin (2.40)	
type de vin	BL(4.25)	BL (2.53)	<u>BL (-4.19)</u>
Schiste gréseux vert gris (o5-d2)	94 parcelles	73 parcelles	113 parcelles
- perception indirecte :			
précocité au débourrement	forte (3.41)		
développement végétatif :			
- en année normale	faible (3.15)		
- en année sèche	faible (2.76)		
- valorisation :			
cépage			GR (4.51) ou CF (2.46). <u>Chenin (-5.57)</u>
type de vin			R (3.42) ou 1/2RS (2.50). <u>BS (-2.38) ou BL (-5.57)</u>

Les valeurs entre parenthèses sont les valeurs-test issues des ACM réalisées, le signe (-) signifie l'opposition à cette variable (la modalité est alors soulignée).
Abréviations utilisées pour les cépages: GR : grolleau, CF : cabernet franc ;
pour les types de vin : R : rouge, 1/2 RS : rosé demi-sec, BS : blanc sec, BL : blanc liquoreux.

Tableau 5. Perception indirecte et valorisation du terroir par le vigneron. Variables associées de façon significative au seuil de 5 %, valeur du test >1.96 pour un milieu ou une UTB donnés



* Milieux : R ; roche ; AO altération ; AI altérite, quel que soit le système géologique.
** Milieux : R1 ; AO1 ; AI1, pour la Métagrauwacke du Briovérien.
R2 ; AO2 ; AI2, pour Schiste gréseux à phtanites Ordovicien- Dévonien.

Figure 4. Appréciation par les vignerons de l'aptitude des parcelles à la surmaturation du raisin (Anjou, différents milieux)

Le milieu roche est associé à la modalité « plus forte que la moyenne », l'altération à la modalité « moyenne à plus faible » et enfin le milieu altérite à la modalité « plus faible ». Pour le développement végétatif qui peut renseigner sur les conditions d'alimentation en eau de la vigne, le milieu roche présente la modalité « plus faible que la moyenne », quelle que soit l'année climatique, alors que l'altération et l'altérite y sont opposées. Ces résultats sont bien en accord avec ceux concernant la réserve en eau calculée (Tableau 4).

A l'échelle de l'UTB, les grands types de comportements sont les mêmes, mais avec une perception du terroir par le vigneron qui semble plus nette pour la méta-grauwacke du Briovérien, par rapport au schiste gréseux de l'Ordovicien-Dévonien où seul le milieu roche est caractérisé. Mais cela peut être lié à un nombre plus faible d'individus (280 parcelles au lieu de 669 dans le cas de la métagrauwacke).

En ce qui concerne le type de cépage cultivé et le type de vin produit, on retrouve, quels que soient l'étage géologique et la roche-mère, une forte opposition entre la roche et l'altérite (Tableau 5). Avec le milieu roche, on trouve le cépage Chenin blanc et la production de vins blancs liquoreux, tandis que l'altérite est caractérisée par le cépage Grolleau noir et les vins rosés demi-secs et rouges. Le milieu altération n'est pas caractérisé par ces variables. Ces résultats sont en accord avec l'aptitude à la surmaturation qui s'est révélée, d'après l'enquête, supérieure pour le milieu roche et plus faible pour l'altérite (figure 4). Au niveau du système géologique, la méta-grauwacke semble très bien adaptée à l'encépagement en Chenin et la production de vins blancs liquoreux (association significative des milieux roche et altération, à ces modalités). Mais sur schiste gréseux de l'Ordovicien-Dévonien, la roche et l'altération ne sont pas caractérisées. Seule l'altérite est largement associée au cépage Grolleau et plus faiblement au Cabernet franc et à une

production de vins rouges et rosés demi-secs. Elle est opposée aux vins blancs secs et très opposée au cépage Chenin et aux vins blancs liquoreux.

Dans cette étude, les résultats obtenus, bien que devant être confortés, montrent que le modèle de terrain proposé semble bien générer les milieux de fonctionnement différents que l'on pouvait attendre, et donc des UTB pertinentes pour la vigne. Malgré tout, le milieu altération a besoin d'être mieux caractérisé, en particulier par l'enquête. Il apparaît que la population des vignerons a une certaine perception directe et indirecte des terroirs, qui peut être très nette dans le cas des milieux roche et altérite. Des travaux futurs devraient permettre une amélioration de l'outil enquête, en diminuant certains bruits de fond liés à la prise en compte de la population totale des vignerons, ou à une gamme de variation trop grande de certains critères, comme l'âge de la vigne. Pour le futur, il serait important d'essayer de réduire le nombre de viticulteurs participant à l'enquête, tout en les choisissant sur des bases qui permettent une amélioration de la pertinence de leurs réponses. De même, il serait intéressant de comparer d'autres protocoles d'enquête, comme les entretiens collectifs semi-dirigés, à l'entretien individuel tel que celui que nous avons utilisé.

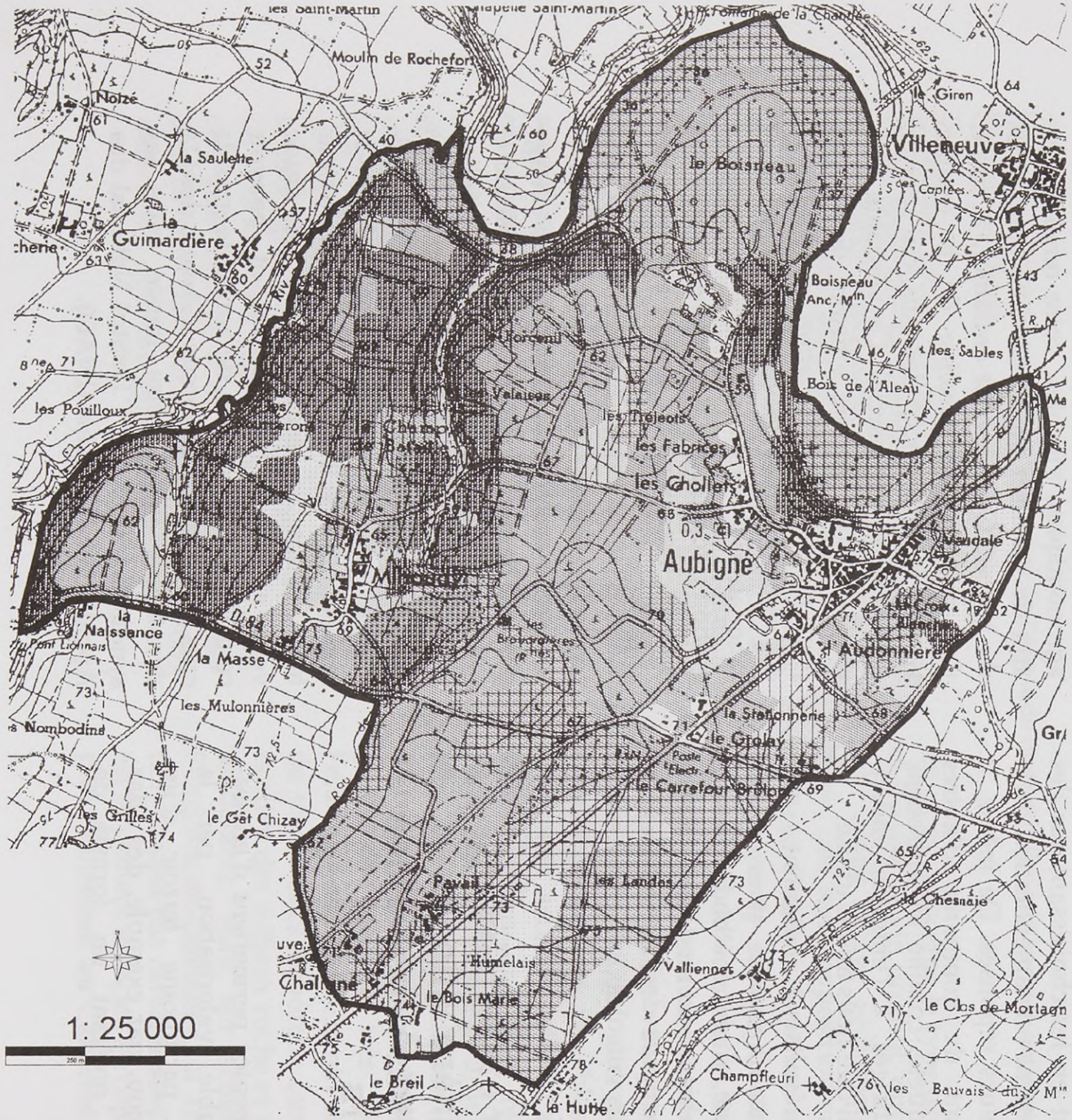
Les divers résultats indiquent des perspectives encourageantes pour l'utilisation, en routine, d'une méthode d'étude des terroirs, combinant un modèle de terrain et une enquête auprès des vignerons pour étudier les terroirs viticoles.

5. Valoriser et transférer vers la filière viticole les résultats d'une étude de terroirs

Les travaux présentés permettent d'envisager une véritable valorisation, par la viticulture, du patrimoine terroir d'un vignoble. En Anjou, par exemple, des atlas cartographiques revêtant un format de classeurs A3 et présentant des cartes tant à l'échelle du 1/25 000 que du 1/15 000, ont été réalisés pour chaque commune étudiée Ils sont accessibles et utilisables à l'échelle de la parcelle, par tous les acteurs de la filière (vignerons, organismes, caves coopératives, négociants) et les décideurs. Ils présentent les Unités Terroir de Base et leurs composantes, les cartes calculées par algorithmes experts du potentiel de précocité du terroir et du réservoir hydrique utilisable par la vigne, ainsi que trois cartes conseil. Ces dernières (choix du porte-greffe, choix des pratiques agro-viticoles, aide au choix des cépages) ont été obtenues en mettant en œuvre et en combinant, grâce aux outils informatiques (base de données et S.I.G.) les divers algorithmes experts qui ont été élaborés. La carte 2 donne un exemple de cette réalisation pour le choix du porte-greffe.

Avec ces atlas, l'Anjou possède un outil pérenne pour la connaissance des terroirs de chaque exploitation. L'utilisation des cartes conseil contribuera à optimiser les pratiques agronomiques, viticoles, voire œnologiques afin de valoriser au mieux les potentialités du terroir. Cela devrait entraîner, à terme, une amélioration sensible de la qualité, typicité et authenticité des vins, qui sont un grand atout commercial. Ce véritable référentiel sur les terroirs viticoles de l'Anjou peut aider à l'implantation géographique des essais viticoles des divers organismes, et rationaliser l'extrapolation des résultats. La gestion informatique des données permettra un enrichissement du travail au cours des années.

La vulgarisation de cet outil issu de la recherche est actuellement prise en charge par la Chambre d'Agriculture du Maine et Loire, en liaison avec l'INRA. La création d'une cellule transfert/valorisation en Pays de Loire, permettra d'étendre progressivement cette approche à l'ensemble de la région pour une utilisation accrue du facteur terroir. Enfin, les résultats d'une telle étude vont alimenter la réflexion et pouvoir contribuer à la création de zones de grands crus pour les vins liquoreux d'Anjou, dont la dynamique vient d'être initiée entre les syndicats viticoles et l' Institut National des Appellations d'Origine (INAO).



Fond thématique numérique à 1: 25 000 de l'Unité de Recherches sur la Vigne et le Vin ©INRA 1999
Fond cartographique numérique à 1: 25 000 de l'Institut Géographique National ©IGN - Paris - 1998 - Autorisation n°40 - 8033

Légende

- Porte greffe de faible vigueur (type Riparia, ou 101-14)
- Porte greffe de faible vigueur, adapté à l'humidité (idem)
- Porte greffe de faible vigueur, précoce (idem)
- Porte greffe de faible vigueur, précoce, adapté à l'humidité (idem)
- Porte greffe de faible vigueur, précoce, très adapté à l'humidité (idem)
- Porte greffe de faible vigueur, très précoce, adapté à l'humidité (idem)
- Porte greffe de faible vigueur, très précoce, très adapté à l'humidité (idem)
- Porte greffe de vigueur moyenne (type 3309C)
- Porte greffe de vigueur moyenne, résistant à la sécheresse (type Rupestris, 1103P, 110R)
- Porte greffe de vigueur forte, résistant à la sécheresse (type Rupestris, 1103P, 110R)

Carte 2. Carte conseil pour le choix du porte-greffe adapté, sur la commune d'Aubigné / Layon (Anjou)

Bibliographie

Asselin C., **Pagès J., Morlat R., 1992.** Typologie sensorielle du Cabernet franc et influence du terroir. Utilisation de méthodes statistiques multidimensionnelles. *J. Int. Sci. Vigne et Vin,* (26) 3 : 129-154.

Barbeau G., **Morlat R., Asselin C., Jacquet A.,** Pinard C., **1998.** Comportement du cépage Cabernet franc dans différents terroirs du Val de Loire. Incidence de la précocité sur la composition de la vendange en année climatique normale (exemple de 1988*). J. Int. Sci. Vigne. Vin,* 32 (2) : 69-81.

Carbonneau A., **1980.** *Recherche sur les systèmes de conduite de la vigne. Essai de maîtrise du microclimat et de la plante entière pour produire économiquement du raisin de qualité.* Thèse Docteur-Ingénieur. Université de Bordeaux II.

Cellier P., **Jacquet A., Bautrais P., Morlat R.,** Delanchy P., **1996.** Modélisation du régime thermique des sols de vignoble du Val de Loire : relations avec des variables utilisables pour la caractérisation des terroirs. *Actes du 1er Colloque international « Les terroirs viticoles »,* Angers, France : 107-112.

Dumas V., **Lebon E., Morlat R., 1997.** Différenciations mésoclimatiques au sein du vignoble alsacien. *J. Int. Sci. Vigne et Vin,* 31 (3) : 129-154.

Fanet J., **1998.** Analyse du rôle du terroir dans la définition d'une appellation d'origine. *Actes du Symposium international : Territorio & Vino (Sienne, Italie).* 545-555.

Fanet J., **2000.** *La variabilité des critères de délimitation dans les A.O.C. françaises.* Communication au 3e Symposium international : *Zonificación vitivinicola,* 9 au 12 mai 2000, (Puerto de la Cruz, Espagne).

Guilbault P., **Morlat R., Rioux D., 1998.** *Elaboration de cartes conseil pour une gestion du terroir à l'échelle parcellaire. Utilisation d'algorithmes basés sur des paramètres physiques du milieu naturel.* Communication au Forum international *« Territoire - Vin »,* Sienne, Italie, 19-24 mai.

Jacquet A., **Morlat R., 1997.** Caractérisation de la variabilité climatique des terroirs viticoles en Val de Loire. Influence du paysage et des facteurs physiques du milieu. *Agronomie,* 17 : 465-480.

Lebon E., **Dumas V., Morlat R., 1996.** Réponses de la vigne à différentes situations pédoclimatiques du vignoble d'Alsace. *Revue Française d'œnologie,* 156 : 22-25.

Morlat R., 1989. *Le terroir viticole : contribution à l'étude de sa caractérisation et de son influence sur les vins. Applications aux vignobles rouges de Moyenne Vallée de la Loire.* Thèse Doctorat d'Etat. Université de Bordeaux, 289 p. et annexes.

Morlat R., 1996. Eléments importants d'une méthodologie de caractérisation des facteurs naturels du terroir, en relation avec la réponse de la vigne à travers le vin. *Actes du 1er colloque international « Les terroirs viticoles »,* Angers, France : 17-31.

Morlat R., 1997. Terroirs d'Anjou : objectifs et premiers résultats d'une étude spatialisée à l'échelle régionale. *Bull O.I.V,* 70 : 797-798, 567-591.

Morlat R., 1998. *Les relations entre le terroir, la vigne et le vin.* Communication à la séance du 4 février 1998 de l'Académie d'Agriculture de France « Le lien du terroir au produit », Paris.

Morlat R., Penavayre M., Jacquet A., Asselin C., Lemaitre C., 1992. Influence des terroirs sur le fonctionnement hydrique et la photosynthèse de la vigne, en millésime exceptionnellement sec (1990). Conséquence sur la maturation du raisin. *Journ Int. Sci. Vigne et Vin,* 26 (4) : 197-220.

Morlat R., Jacquet A., 1993. The soil effects on the grapevine root system in several vineyards of the Loire Valley (France). *Vitis,* 32 : 35-42.

Morlat R., Jacquet A., Asselin C., 1997. Variabilité de la précocité de la vigne en Val de Loire : rôle du terroir et du millésime, conséquences sur la composition de la baie. *Revue Française d'Oenologie,* 165 : 11-22.

Salette J., Asselin C., Morlat R., 1998. Le lien du terroir au produit : analyse du système terroir-vigne-vin ; possibilité d'application à d'autres produits. *Sciences des Aliments,* 18 : 251-265.

Schwarz R., 1997. Predicting wine quality from terrain characteristics by regression trees. *Cybergeo,* 35, 8 p.

Smart R.E., 1985. Principles of grapevine canopy microclimate manipulation with implications for yield and Quality. A review. *Am. J. Enol. Vitic.,* 36 (3) : 231-239.

Thélier-Huché L., Morlat R., 2000. Perception et valorisation des facteurs naturels du terroir par les vignerons d'Anjou. *J. Int. Sci. Vigne et Vin,* 34 (1) : 1 -13.

Réseaux socio-techniques

Etud. Rech. Syst. Agraires Dév., 2001, 32 : 131-144

Réseau localisé d'entreprises et dynamique territoriale

Le bassin laitier de Gloria (*Nordeste* Brésil)

Claire CERDAN*
Denis SAUTIER

*CIRAD-TERA - TA 60/15 - 34398 Montpellier Cedex 5 - France
cerdan@cirad.fr - Tél. 04 67 61 57 01 - Fax. 04 67 61 12 23

Résumé

Cet article a pour objectif de montrer comment la recherche peut jouer un rôle de médiation pour renforcer un système agro-alimentaire localisé. Cette médiation de la recherche vise à favoriser l'articulation entre les ressources spécifiques territoriales (produits, savoir-faire, réseau socio-technique) et les dispositifs institutionnels.

Le travail est basé sur une recherche-action menée dans une zone de production fromagère du Nordeste brésilien. L'analyse historique permet de dégager les principales étapes de constitution d'un système local combinant savoirs traditionnels et acquisition de compétences nouvelles. La proximité spatiale, sociale et culturelle entre les différents acteurs est à la base de l'efficacité collective. Les économies externes d'agglomération et les dynamiques d'apprentissage et d'innovation ont contribué à la compétitivité du système local de Gloria. Enfin, le recours à plusieurs outils de médiation, tels que la création d'une fabrique-école et l'organisation d'un concours professionnel, a permis de construire des mécanismes de concertation.

Mots-clés : petite entreprise - agro-industrie rurale – innovation – apprentissage – fromages - Brésil

Abstract

Enterprise cluster and territorial dynamics: the Gloria dairying area (North-East Brazil). Our paper proposes to highlight the mediating role research can play in fostering a local agro-food system. The aim of this mediation is to facilitate the articulation between the specific assets of a territory (products, know-how, socio-technical network) and its institutional framework.

This work is founded on an action-research project conducted in a cheese-producing region of Brazil's semi-arid Nordeste. The historical analysis of the Gloria dairy basin development enabled us to identify the main stages in the shaping of a local system, which combines traditional knowledge with the acquisition of new skills. The spatial, social and cultural proximity between stakeholders is a basis for collective efficiency. Cluster externalities, as well as learning and innovation processes, were found to contribute to the competitiveness of the Gloria area. Finally, the use of several mediation tools, such as the implementation of a tutorial cheese-making unit and the organisation of a professional contest, helped create choice-sharing mechanisms.

Keywords: *small enterprises - cottage industries - innovation - learning - territory - cheese - Brazil*

Introduction

Le processus de mondialisation est associé paradoxalement au développement de nouvelles différenciations socio-économiques et géographiques. Dans le secteur agro-alimentaire coexistent des systèmes productifs constitués par des réseaux d'entreprises dont le développement peut être expliqué par la détention d'avantages comparatifs liés aux bas coûts des facteurs, et d'autres systèmes constitués par le développement d'avantages compétitifs hors-prix. En effet, la logique de la compétition par les coûts ne suffit pas à déterminer les décisions des entreprises. Elles doivent tenir compte des externalités générées par le système local - c'est-à-dire des effets des interdépendances qui s'établissent entre agents du fait de leur proximité géographique

et organisationnelle. Prenant pour référence l'analyse marshallienne des « districts industriels » (Marshall, 1920), de nombreux travaux consacrés à l'étude des systèmes de production territorialisés mettent en avant la production de spécificités à l'intérieur d'un espace donné (Beccatini 1992 ; Abdelmaki & Courlet, 1996 ; DATAR, 1999). Comme le soulignent G. Colletis et B. Pecqueur (1993), « les facteurs universels comme les capitaux, les matières premières et même les savoirs sont mobiles et susceptibles d'être obtenus sur un marché. Ce qui n'est pas mobile, c'est la concentration, dans une région, de savoir-faire, de technologies appliquées, de firmes, de fournisseurs, et d'institutions ». Une attention accrue est donc portée aux facteurs qui permettent l'ancrage des activités économiques dans un territoire. Celui-ci possède « une trame de relations, marquées par des racines historiques, des configurations politiques et des identités qui jouent un rôle encore peu connu dans le développement économique » (Abramovay, 1998).

L'étude des concentrations d'entreprises dans les pays en développement s'est fréquemment inspirée du cadre conceptuel élaboré à partir des districts industriels de la « troisième Italie » (Garofoli, 1992 ; Casarotto & Pires, 1999). Toutefois, la recherche met désormais l'accent sur l'approche dynamique des phénomènes de concentrations d'entreprises, pris dans toute leur diversité. En d'autres termes, il s'agit de déplacer l'objet de recherche « des modèles aux trajectoires » (Humphrey, 1995). Il est aujourd'hui reconnu qu'on ne peut pas induire *ex nihilo* ces systèmes localisés, qui reposent en général sur une forte dimension historique. Mais leur devenir, leur capacité d'adaptation et de croissance, ne sont pas assurés pour autant. Cette incertitude pose la question du rôle de la recherche dans la consolidation des trajectoires de développement local.

Le cas présenté dans cet article porte sur un bassin laitier de la région semi-aride du *Nordeste* du Brésil. Dans cette région, l'élevage bovin a longtemps été le support de la colonisation des terres et le moteur de la croissance économique, en approvisionnant les zones côtières agricoles en viande, en cuir et en animaux de traction (Andrade, 1998). C'est à partir de 1950 que les bassins laitiers se développent, se déplaçant progressivement de la côte vers l'intérieur avec l'amélioration des infrastructures routières. Ils forment aujourd'hui un chapelet de bassins de production situés à une centaine de kilomètres du littoral.

Les approches citées plus haut ont eu en général comme objectif de décrire et d'expliquer l'existence d'activités économiques spécialisées et géographiquement concentrées. Or, l'intentionnalité de recherches menées par le Cirad au *Nordeste* du Brésil était non seulement de comprendre ces phénomènes, mais également de catalyser et accompagner des processus d'innovation permettant de mieux positionner les systèmes localisés de production de fromage. Notre posture en tant que chercheurs a donc été d'agencer des compétences différentes permettant d'intervenir sur les processus d'innovation à l'œuvre. La question centrale que nous nous posons est : Comment les chercheurs peuvent-ils jouer un rôle de médiation et de renforcement dans les dynamiques de développement local ?

Notre démarche consiste donc :

- d'abord à identifier les objets de l'action, à travers le processus historique de formation des ressources spécifiques – dans notre cas : la qualité des fromages du *Nordeste* et la qualification des artisans fromagers ;
- ensuite à identifier les réseaux socio-techniques qui permettent l'ancrage territorial et la mobilisation de ces ressources ;
- enfin à structurer des dispositifs concertés de recherche, capables d'articuler les deux processus précédents, c'est-à-dire à mobiliser les ressources d'acteurs autour des objets de l'action.

Nous reprenons successivement ces trois questions dans cet article.

1. Le processus historique de développement du bassin laitier de Gloria

Dans l'Etat fédéré du Sergipe, le bassin laitier de la zone semi-aride couvre environ 2000 km². Son évolution résulte d'actions convergentes de plusieurs catégories d'acteurs : les producteurs, les transformateurs et négociants de produits laitiers (fromagers fermiers et

artisanaux, laiteries industrielles), mais aussi l'Etat dont les interventions locales cycliques, rythmées par les crises climatiques (sécheresses), ont servi de catalyseur aux transformations du système productif. La production fromagère valorise plusieurs produits traditionnels du *Nordeste,* tels que le *queijo de coalho* (« fromage caillé », de type pâte pressée) et le *requeijão* (fromage à pâte cuite après acidification lactique). Elle s'appuie sur une identité et sur des savoir-faire locaux liés à d'anciennes pratiques d'élevage.

Nos données d'enquête portent sur le municipe de Gloria, d'une superficie de 800 km² et situé au cœur de ce bassin laitier. La recherche-action a été mise en place entre 1996 et 1999 dans le cadre d'une collaboration entre organismes brésiliens et français[1] (Cerdan *et al.*, 1996). Les données utilisées s'appuient sur des enquêtes auprès des producteurs de lait, des unités de production fromagère, des négociants et des consommateurs, ainsi que sur l'observation participative dans le cadre d'opérations de recherche-action : concertation entre acteurs locaux sur la notion de qualité et sur la perspective de formalisation de l'activité de fabrication fromagère ; expérimentation de ventes directes groupées des fromages ; formulation de propositions de projets de développement du secteur fromager ; mise en place d'actions de formation.

L'étude des trajectoires de développement permet d'appréhender les principales étapes historiques du développement socio-économique de la petite région. Elle s'appuie sur « la caractérisation à dires d'acteurs locaux, des transformations techniques et sociales des sociétés rurales, en particulier celles qui concernent l'organisation et l'exploitation des ressources productives –naturelles, humaines, capital, information » (Silva *et al.*, 1994). Cette analyse historique du bassin laitier fait ressortir deux grandes périodes. La première est celle de la constitution d'un bassin de production où les évolutions et les transformations concernent essentiellement les producteurs ; elle a été précisément décrite par Caron (1998). La deuxième période se rapporte à la structuration du système d'intermédiation et des formes de commercialisation des produits laitiers ; nous la commenterons plus en détail.

1.1. Du système latifundiaire à la constitution du bassin laitier [2]

Dans la région *Nordeste* du Brésil, le système latifundiaire est historiquement dominant et repose sur l'exploitation de cultures de rente comme le coton et l'élevage bovin extensif. L'utilisation des parcours comme réserves fourragères est privilégiée par les grands propriétaires fonciers. Les petits exploitants travaillent pour le compte de ces grands *fazendeiros*. Vers les années 1960, l'enclosure, la partition des terres, la mise en place d'infrastructures hydriques et la substitution des parcours de *caatinga*[3] par des prairies forment les bases de la reconversion laitière. Ce sont d'abord les grandes exploitations qui opèrent ces changements pour garantir l'approvisionnement fourrager de leur troupeau dont la vocation reste essentiellement la production d'animaux de boucherie. Grâce à leur savoir-faire d'éleveurs, les petits exploitants emboîtent rapidement le pas. Ce sont eux qui deviennent les principaux producteurs de lait. Ces évolutions sont facilitées par les financements des projets publics de développement et par la proximité de bassins laitiers voisins qui facilitent l'approvisionnement en matériel génétique et l'apprentissage (Caron, 1998).

1.2. La structuration du système d'intermédiation

Dans ce bassin laitier, les principales formes de valorisation sont, dans les années 1970, la fabrication domestique des fromages fermiers traditionnels et la vente du lait dans le bourg. Quelques fromageries artisanales, transformant le lait de plusieurs producteurs, émergent. L'une d'entre elles, créée en 1975 par un petit entrepreneur d'un Etat voisin, augmente ses volumes et diversifie sa production. En 1985, cette unité située au cœur du bourg est

---

1 EMBRAPA (Entreprise brésilienne de recherche agronomique), EMDAGRO (Entreprise de développement agricole du Sergipe), CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement).

2 Ce paragraphe reprend les résultats présentés dans la thèse de P. Caron (1998).

3 Mot d'origine indienne désignant une végétation xérique et épineuse caractéristique du *Nordeste*.

rachetée par l'une des principales industries laitières du *Nordeste*, la *Betania*. L'implantation de cette industrie régionale a pour objectifs d'étendre son bassin de collecte, de trouver du lait bon marché et de réduire les taxes sur la circulation de la marchandise (Caron, 1998 ; Jank *et al.*, 1999).

A son arrivée, la *Betania* investit dans la construction d'une unité industrielle de fabrication fromagère et de lait pasteurisé. Cette industrie régionale contribue fortement à la spécialisation des producteurs en garantissant un écoulement de la production laitière et en leur offrant des services tels que l'assistance technique en production laitière. L'industrie recrute des personnes de la région : fils d'éleveurs ou petits commerçants. Elle les forme dans différents domaines : fabrication fromagère, maintenance d'équipements, collecte et contrôle de la qualité du lait.

Parallèlement au montage de cette industrie, les unités artisanales essaiment. Ces entreprises sont surtout créées par des fils d'éleveurs. Mais il n'est pas rare de voir un employé de l'industrie valoriser son expérience et installer à son compte une petite unité fromagère. Des savoir-faire circulent : le chaudronnier chargé de la maintenance des équipements de la laiterie fournit également des conseils techniques aux unités artisanales. D'autres entrepreneurs modifient le « savoir-faire fermier traditionnel » et n'hésitent pas à voyager pour s'initier aux pratiques fromagères des bassins laitiers voisins.

Pendant près d'une dizaine d'années, la synergie de ces deux formes de commercialisation[4] contribue à l'intensification laitière, avec une remarquable adoption d'innovations techniques de la part des éleveurs. En 1990, la production laitière de la région semi-aride du Sergipe était estimée à 18 millions de litres, soit 48 % de la production laitière de l'Etat (IBGE, 1992).

A partir des années 90, les *fabriquetas* (« fabriquettes », dénomination locale des fromageries artisanales) deviennent de sérieux concurrents de l'industrie. Leur nombre se multiplie. Elles offrent des services adaptés aux petits comme aux moyens producteurs : un meilleur prix d'achat du lait, un paiement comptant la veille du jour de la foire hebdomadaire, et le retour d'une partie du petit lait pour l'engraissage de quelques porcs. Une nouvelle étape s'amorce avec l'arrivée de nouveaux acteurs liée à l'évolution de l'environnement économique de la production laitière.

1.3. Désengagement de l'industrie et professionnalisation des unités artisanales

L'entreprise *Betania* est rachetée en 1995 par une multinationale d'origine italienne. Les nouveaux dirigeants optent pour un approvisionnement différencié de leur unité industrielle, basée à Salvador-de-Bahia, à partir d'un réseau de bassins laitiers situés dans différentes régions du *Nordeste* et du Sud-Est du pays, en fonction des calendriers de production (Caron, 1998)[5]. A Gloria, aucun appui aux producteurs n'est proposé. Les employés sont renvoyés et remplacés par des compétences extérieures à la région. L'industrie est transformée en simple poste de réfrigération et de réexpédition du lait, jusqu'à son retrait définitif en 1997.

L'année suivante, l'industrie n'est plus là pour assumer son rôle régulateur des surplus de production. On assiste alors à une multiplication des entreprises artisanales (parfois créées par d'anciens employés de l'industrie) et à une augmentation des volumes de lait traité par unité (Tableau 1). Les marchés traditionnels de ces fromageries sont menacés de saturation. Le rôle de certains commerçants et fromagers sera alors crucial pour le bassin laitier en développant de nouveaux produits, dont le « *caillé précuit* » [6].

C'est bien par ce processus historique, brièvement résumé, qu'émerge la personnalité particulière de ce bassin laitier, issu d'un

[4] Les fromageries s'approvisionnent auprès de petits ou très petits producteurs, même hors du rayon de collecte de l'industrie ou lorsque les pistes deviennent impraticables à ses véhicules. La laiterie, pour sa part, absorbe les excédents saisonniers.

[5] A partir des années 95, on assiste au Brésil à l'essor du lait UHT et à une délocalisation des multinationales vers de nouvelles zones de production. La région Centre-Ouest, aux terres fertiles récemment défrichées, produit le lait à moindre coût.

[6] Voir ci-après, § 2.1.2.

	Période de recensement	
	août 1995	août 1998
Nombre de « fabriquettes »	17	31
Volume de lait collecté estimé (litres/jour)	20 000	60 000
Nombre de producteurs fournisseurs	420	702
Volume de lait moyen par fromagerie (litres/jour)	1 176	1 935
Volume de lait moyen par producteur (litres/jour)	48	86

Source: enquêtes de terrain

Tableau 1. Evolution des unités artisanales dans le municipe de Gloria – Sergipe

ensemble de rencontres et de proximités : entre une tradition d'élevage extensif et l'émergence de nouveaux marchés ; entre une industrie extérieure à la zone (nationale, puis multinationale) et un foisonnement de petits entrepreneurs locaux ; entre des commerçants ruraux très réactifs et des consommateurs néo-urbains fortement attachés à des produits spécifiques.

2. Les réseaux de l'action et l'efficacité collective

Nous nous intéresserons d'abord aux réseaux sociaux qui permettent sur le territoire la coordination des acteurs et la mobilisation des facteurs. Puis, grâce au cadre d'analyse proposé par G. Colletis et B. Pecqueur (1993), basé sur les notions d'actifs et de ressources, nous discuterons les effets de cette mobilisation en termes de compétitivité et d'efficacité économique locales. Enfin, nous aborderons la question de l'émergence de l'action collective dans ce système local.

2.1. Les réseaux mobilisés

Les différents réseaux sociaux présents sur le territoire sont d'une importance cruciale pour la mobilisation des ressources, et l'on cherche à vérifier l'hypothèse selon laquelle, dans les systèmes de production localisés, « la base territoriale crée des interdépendances particulières entre agents ou entre agents et institutions, ce qui engendre une dynamique industrielle spécifique » (Rallet & Torre, 1995).

2.1.1. Le réseau familial

Le réseau familial proche motive le créateur d'entreprise et lui fournit les bases de moyens financiers, de moyens matériels et de savoir-faire pour sécuriser le lancement de l'activité. La plupart des responsables de « fabriquettes » de Gloria sont des fils d'éleveurs, que les parents encouragent à monter une activité complémentaire à celle de l'élevage familial. Tous sont originaires de la région.

La famille élargie permet de mobiliser de la matière première et de la main-d'œuvre. L'apprentissage de la fabrication des fromages, comme du métier de négociant, se fait en effet en priorité des aînés vers les jeunes, au sein d'une même famille élargie. Certes, avec l'expansion de l'activité, les fabriquettes tendent à employer de la main-d'œuvre extérieure pour la fabrication. Mais les fonctions de collecte et de paiement du lait, et surtout la vente des fromages vers les marchés urbains, restent essentiellement confiées à des membres de la famille.

Au delà des relations familiales, les relations de voisinage jouent un rôle important pour sécuriser l'approvisionnement en lait. Ce type de réseau atteint toutefois ses limites, lorsqu'en saison sèche la concurrence des autres acheteurs est exacerbée.

2.1.2. Les réseaux professionnels

Les réseaux professionnels les plus actifs sont de type vertical. Entre le négociant en fromages et ses fournisseurs - tout comme entre le fromager et ses producteurs de lait fidélisés -, circulent produits et argent, mais aussi relations sociales, services, conseils techniques... Dans les deux cas, les fournisseurs sont liés aux acheteurs par des contrats oraux de fourniture exclusive. Le rôle des négociants va bien au-delà de l'économique : ils donnent fréquemment des conseils sur la fabrication, le salage, ou la présentation des fromages, en fonction du marché de destination ; ils jouent un rôle actif pour l'introduction de produits nouveaux dans le système local, finançant du matériel remboursable en nature, ou encore organisant des formations pratiques sur les lieux mêmes de fabrication.

Le rôle de ce type de réseau vertical est bien illustré par la diffusion d'un nouveau fromage pressé, le *coalho precozido*[7] (« caillé précuit »), qui a connu une expansion subite en 1997, suite à l'identification par un négociant de Gloria d'un marché porteur dans l'Etat de la Paraiba, distant de 600 km. Ce commerçant mobilisa un réseau de cousins et de voisins en installant chez eux des presses remboursables en nature, et s'assurant par la même occasion l'exclusivité de vente de ces nouvelles unités. Il organisa des échanges entre praticiens pour enseigner la fabrication, aboutissant ainsi, en quelques mois, à l'« installation » d'une dizaine de fromageries artisanales.

Les réseaux professionnels horizontaux les plus denses réunissent les négociants. Bien que concurrents, les négociants basés à Gloria échangent des informations sur les prix d'achat des fromages, sur certaines opportunités de marché et surtout face aux entraves au commerce informel (contrôles routiers, factures). Ces relations ne sont ni formalisées ni généralisées ; elles s'inscrivent dans des logiques familiales ou d'affinités personnelles.

Entre fabricants de fromages, les relations horizontales semblent moins denses, en raison de leur dispersion et d'une certaine méfiance. Néanmoins, elles ont été stimulées par la présence de quelques artisans innovants et ouverts aux visites. De nombreux effets d'émulation technique, observés à Gloria au cours des cinq dernières années, s'expliquent par l'observation directe des pratiques des pairs[8]. La recherche-action a stimulé ces échanges.

2.1.3. Le réseau des institutions d'appui

Jusqu'en 1995, les réseaux institutionnels d'appui (services techniques agricoles, structures d'appui aux entreprises, crédit, recherche) n'avaient pratiquement aucune interaction avec les fromageries, déconsidérées en raison de leur appartenance au secteur informel. Cette méfiance institutionnelle a été progressivement réduite, suite à l'intervention de la recherche et à la mise en place de nouveaux programmes d'appui aux petites entreprises.

Concrètement sur le territoire, les trois réseaux familial, professionnel et institutionnel sont étroitement imbriqués. Cette interaction apparaît clairement dans le processus qui a conduit à l'émergence, en 1998, de l'Association des fromageries de « Nossa Senhora da Gloria ». Des responsables de fromageries informelles n'auraient pas pris le risque de s'engager dans une telle structure professionnelle formelle si les institutions publiques n'avaient pas changé d'attitude vis-à-vis du secteur fromager. La motivation principale du regroupement professionnel est en effet d'accéder au crédit et de pouvoir, à terme, légaliser l'activité. Mais d'autre part, cette association s'est construite à partir d'un réseau familial élargi ; son jeune président est d'ailleurs... le neveu du principal négociant local en fromages.

De plus, les réseaux ne sont évidemment pas isomorphes, mais hétérogènes et hiérarchisés. C'est le cas des réseaux verticaux : le négociant se situe clairement dans un rapport de pouvoir vis-à-vis de ses fournisseurs, qui sont en forte situation de dépendance en raison de leur mauvaise connaissance des marchés (Fourcade, 1996). Mais, comme le montre le suivi réalisé auprès des fabricants

---

[7] Le fromage obtenu a une couleur et une saveur proches du caillé traditionnel. Mais sa texture plus résistante est particulièrement adaptée à la préparation de brochettes de fromage, qui est l'un des principaux débouchés sur le littoral du *Nordeste*.

[8] Citons par exemple : l'adoption de bottes, tabliers et bonnets de travail dans les ateliers de fabrication, la mise en place de dispositifs de réception du lait extérieurs à la fromagerie, la substitution des bacs de caillage en carrelage par des réservoirs plastiques plus hygiéniques, l'adoption de dispositifs anti-mouches...

de fromage, les objectifs peuvent également varier au sein d'un même groupe professionnel. Le sous-groupe des « fabricants-producteurs » favorise l'élevage et l'achat de terres. En revanche, le sous-groupe des "fabricants-intermédiaires" (parfois anciens transporteurs ou commerçants) privilégie l'activité fromagère en cherchant à améliorer la qualité des produits et leurs relations avec les fournisseurs ou les acheteurs. La différence d'origine des entrepreneurs induit donc des variations aux plans de la perception de leur activité et de leur relation avec les fournisseurs. D'autre part, le démarrage dans les activités d'intermédiation (fabrication de fromages ou négoce) et leur maintien dans le temps est d'autant plus facilité qu'il s'appuie sur un capital social important.

2.2. L'activation des ressources locales

G. Colletis et B. Pecqueur (1993) proposent une analyse de la spécificité des territoires qui passe par les notions d'actifs et de ressources. Selon ces auteurs, les ressources sont des facteurs potentiels, et les actifs des facteurs en activité. Une ressource devient un actif lorsqu'elle devient marchande ou qu'elle contribue à la réalisation d'un bien ou d'un service. Ils proposent également de distinguer la nature spécifique ou bien générique des facteurs de production. Un facteur est dit spécifique lorsqu'il résulte de stratégies d'acteurs et lorsqu'il est dédié à un usage particulier. Cette grille de lecture permet de revisiter le processus historique et le rôle des réseaux décrits plus haut.

Au-delà de la mobilisation de facteurs préexistants, la notion de ressources spécifiques implique une définition dynamique du territoire, « fondée sur la création de compétences sans cesse redéfinies à la faveur des configurations nouvelles naissant du jeu des acteurs » (Colletis & Pecqueur, 1993).

2.2.1. Activation des ressources territoriales et efficacité économique

L'accompagnement sur plusieurs années, dans le cadre de l'opération de recherche-action, de l'évolution du bassin laitier et des fromageries de Gloria, montre la capacité des acteurs à faire évoluer des ressources ou des actifs locaux (savoir-faire, technologies, entreprises, produits proposés) pour s'adapter aux évolutions de la demande. L'existence sur le territoire de facteurs non-économiques reposant sur la proximité géographique, sociale et culturelle contribue à la compétitivité du système local de Gloria - c'est-à-dire sa capacité à augmenter sa part de marché au détriment de ses concurrents.

Les exemples qui suivent montrent que l'efficacité économique du développement local de Gloria ne repose pas sur la mobilisation de telle ou telle ressource en particulier, mais sur la combinaison de plusieurs ressources dans des processus complexes et changeants d'innovation et d'apprentissage. Les ressources sont à la fois associées et en constante évolution.

L'essor d'une co-activité stratégique : l'élevage porcin

La concentration de la production fromagère, et par conséquent de son sous-produit, le lactosérum, a favorisé l'essor de l'élevage porcin. Celui-ci est devenu partie intégrante du système productif dans toutes les « fabriquettes » de fromage. Il permet de conforter et de réguler les résultats économiques des unités artisanales, car la marge de l'activité fromagère est à la fois faible et éminemment saisonnière.

De plus, à la différence de la laiterie industrielle, les « fabriquettes » retournent une partie du petit lait aux éleveurs qui le souhaitent. L'engraissage des porcs complète le revenu agricole. Gloria, centre du bassin laitier, est ainsi devenu en 1996 le premier municipe du Sergipe pour la production porcine (IBGE, 1998). La synergie avec l'activité laitière explique que des services comme la vente d'aliments ou de porcelets sélectionnés s'y soient localisés. Cette intensification de l'élevage porcin en fait bien une co-activité à part entière [9].

De faibles barrières à l'entrée dans l'activité

La présence de certaines références communes, l'existence de réseaux socio-culturels facilitant la confiance, favorisent la réactivité

[9] Co-activité historiquement observée en d'autres lieux , comme par exemple dans la région de Parme en Italie.

du système local face aux demandes du marché. En particulier, l'entrée dans l'activité de nouveaux entrepreneurs se trouve facilitée. Ainsi, le fils d'un éleveur laitier de Gloria a-t-il pu démarrer en décembre 1997, en quinze jours seulement et avec un investissement initial d'à peine 1000 dollars, un atelier de fabrication de fromages valorisant 800 litres par jour, collectés auprès de neuf producteurs. Le lancement et le fonctionnement à bas coût de cette activité économique ont été rendus possibles grâce à des avantages territorialisés - peu transposables en d'autres lieux : i) la disponibilité de matériel d'occasion, qui plus est, cédé à crédit ; ii) la possibilité immédiate d'embauche temporaire d'un ouvrier fromager compétent ; iii) la confiance établie avec le réseau de fournisseurs et voisins, permettant l'acceptation par ceux-ci d'un délai initial de paiement du lait.

Dynamique des innovations

La diffusion rapide de nombreuses innovations - concernant tant les équipements, les procédés, les produits que les marchés - est un trait caractéristique des fromageries de la région de Gloria. Cette diffusion associe fréquemment trois ingrédients : des savoirs externes, des compétences locales et des réseaux sociaux de proximité.

C'est ce que montre l'histoire de l'introduction et de l'acquisition de la maîtrise, technique et commerciale, d'un nouveau fromage : la *mussarella* (fromage de type pâte ferme cuite, obtenu par acidification acide). En 1994, une forte sécheresse dans l'Etat de Sao Paulo, à 2200 km au Sud de Gloria, créa une forte demande pour ce fromage, essentiellement utilisé en restauration collective dans la fabrication de pizzas, dont la capitale économique du Brésil consomme plusieurs millions de disques par an. Cette demande conjoncturelle du marché, inconnue des fromageries artisanales, fut relayée par des négociants régionaux en fromage originaires de Sao Paulo. Ceux-ci choisirent de démarcher les fromageries de la région de Gloria en raison de leur nombre important et de leur dynamisme commercial. Ils firent réaliser par un praticien des formations rapides, directement dans la « fabriquette » de chaque artisan intéressé. Enfin ils assurèrent l'écoulement de la marchandise du secteur informel vers le secteur formel (en particulier par l'emballage, la pose d'une marque et l'émission d'une facture fiscale), tout en assurant un contrôle de qualité auprès de leurs fournisseurs. Après une saison lucrative, le marché de Sao Paulo se referma. Mais les fromagers de Gloria avaient acquis un nouveau savoir-faire... et découvert un nouveau débouché pour leurs produits, vers le segment de la restauration collective. Ils cessèrent alors d'être des sous-traitants : ils commencèrent à écouler directement leur marchandise vers les pizzerias du marché régional du Nordeste. Depuis, cette innovation-produit s'est ancrée localement : en 1999, 19 unités sur 31 à Gloria produisaient de la *mussarella*. Ce cas est unique dans le Sergipe.

Cet exemple illustre un phénomène d'innovation endogène, au sens où sa mise au point, sa validation et sa diffusion passent par des réseaux d'acteurs et des compétences propres au territoire (Pecqueur, 1995). Mais il est en même temps fortement relié à des demandes marchandes et des savoirs extérieurs.

2.2.2. Quelques remarques sur les spécificités territoriales à Gloria

Les spécificités territoriales actuelles de Gloria sont tout d'abord le produit d'un processus historique. Elles proviennent notamment d'un processus de confrontation ou de rencontre entre des pratiques endogènes traditionnelles et des pratiques exogènes. Les pratiques de production des « fabriquettes » par exemple, combinent dans des proportions variables des savoir-faire domestiques locaux et des pratiques observées dans l'industrie locale. Les producteurs laitiers, descendants des populations qui traversaient les grandes plaines arides du *Sertão* nordestin pour ravitailler les côtes en animaux, en viande ou en cuir, ont hérité un savoir-faire de conduite des troupeaux qui mobilise des connaissances sur la gestion de l'eau, l'utilisation de la flore native de la *caatinga* et des cactacées pour l'alimentation des animaux. De plus à Gloria, depuis le « virage laitier » pris il y a trente ans, ces compétences ont été enrichies sous l'influence des conseils techniques des services publics agricoles et de l'industrie laitière.

Le passage d'une ressource en actif n'est pas immédiat. Il s'agit souvent d'un processus progressif, – voire réversible. Les ressources sont activées ou désactivées suivant l'évolution du contexte économique ou climatique

(par exemple : l'utilisation de plantes natives dans le système fourrager).

On peut également observer qu'une ressource peut être activée partiellement par une seule catégorie d'acteurs. Ainsi, la valeur culturelle du produit. Nous avons fait référence au rôle identitaire de l'élevage dans l'histoire économique et sociale de la région *Nordeste*. Durant de nombreuses années, un patrimoine culturel s'est construit autour de l'élevage, alliant influences portugaises, indiennes et africaines[10]. Aujourd'hui, les « *vaquejadas* » (courses à cheval), ou encore la « *messe des vachers* », sont des événements régulièrement organisés qui contribuent à la transmission de ce patrimoine. Le chapeau de cuir, les bottes et le gilet de cuir sont devenus, pour les citadins, les symboles de cette identité régionale. Sur le plan alimentaire, les fromages traditionnels et la viande séchée au soleil –*a carne do sol*- font partie intégrante de ce patrimoine. Cette ressource est activée par les consommateurs dans le choix du produit, mais est encore peu mise en avant par les commerçants et fabriquants. Elle pourra à l'avenir jouer un rôle important sur certains marchés.

Enfin, la spécificité d'un territoire n'est pas forcément liée à l'originalité de ses ressources en tant que telles. C'est parfois la forme dont ces ressources se combinent entre elles qui est déterminante (Allaire & Sylvander, 1997). Ce qui fait l'originalité du municipe de Gloria dans le Sergipe aujourd'hui, ce n'est pas la typicité de ses produits. C'est plutôt son dynamisme commercial, et sa capacité à capter et maîtriser des apports externes de type générique (produits, équipements...).

Pour illustrer la distinction entre les actifs génériques et les actifs spécifiques (Colletis & Pequeur, 1993), précisons que le savoir traditionnel de l'élevage extensif en zone semi-aride (qui couvre au *Nordeste* près de 540 000 km²) n'est pas spécifique à la région de Gloria. La végétation de *caatinga* varie en fonction de la nature des sols mais les savoir-faire ne diffèrent pas fondamentalement d'une région à l'autre (Andrade, 1998). Ce qui est plus spécifique au bassin laitier de Gloria, c'est sans doute la gestion d'une intensification raisonnée, sous contraintes climatiques, où la *caatinga* a été partiellement substituée par des pâturages. Dans cette zone de petites structures agricoles, où l'agriculture familiale est dominante, les éleveurs ont su mettre en place un ensemble de solutions innovantes : fourrages adaptés au climat semi-aride, élevage porcin, unités de transformation décentralisées... Cette capacité éprouvée à combiner savoirs traditionnels et savoirs externes pour continuer à produire selon des modalités différentes du modèle technique et organisationnel dominant constitue peut-être la caractéristique la plus remarquable de Gloria.

2.3. La difficile émergence de l'action collective

Les bénéfices que les producteurs de fromage de Gloria retirent de leur concentration spatiale paraissent essentiellement liés aux économies externes de type passif (accès facilité au marché, présence de main-d'œuvre qualifiée, circulation des informations). Or dans leur analyse des systèmes productifs localisés, des auteurs comme Schmitz (1995) ou Altenburg & Meyer-Stamer (1999) mettent l'accent sur l'importance de l'action collective intentionnelle : les régions où les firmes coopèrent auraient de meilleures performances ; elles auraient également une plus grande capacité à faire face aux nouvelles pressions concurrentielles et à gérer des tournants stratégiques.

Les exemples d'action collective au sein du système localisé de Gloria existent, mais ils sont peu nombreux. La mise au point dans les fromageries d'un système de chauffage des cuves au gaz est le résultat d'une coopération bilatérale entre un fabriquant artisanal et le chaudronnier du bourg de Gloria. D'autres coopérations de courte durée se sont concrétisées entre négociants ou entre fabriquants, pour l'approvisionnement groupé ou pour la vente en commun sur les marchés urbains. Mais ces actions collectives n'ont pas donné lieu à la création d'institutions locales.

Le principal acquis en termes d'action collective multilatérale est la création d'une structure professionnelle des fromageries. L'Association des fabricants de fromages de Gloria a été créée avec deux types d'objectifs : d'une part, la régulation des prix d'achat du

10 Certains fabriquants de Gloria « marquent » les fromages de leurs initiales, similaires à celles utilisées pour le marquage du bétail.

lait aux producteurs ; d'autre part, l'obtention de crédits bancaires et de formation technique pour les associés. Elle acquiert progressivement un rôle dans la défense des intérêts des fromageries artisanales auprès des institutions publiques.

La promotion d'actions collectives et de coopération au sein du territoire a par conséquent constitué l'un des objectifs de l'intervention de la recherche-action.

3. Les dispositifs de recherche mis en place

Notre position de chercheurs se trouve entre les réseaux socio-techniques que nous venons de décrire et les objets matériels ou immatériels de l'action. Notre tâche de médiateurs vise à favoriser l'articulation entre les dispositifs institutionnels et les objets de l'action, et à construire des outils pour rendre cette articulation efficace.

C'est autour de la qualité des produits et de la reconnaissance du métier de fromager, comme objets de l'action, que les dispositifs institutionnels se sont mobilisés. La construction d'une « fabriquette-école » et l'organisation d'un concours sur la qualité des fromages ont constitué des outils mis en place pour favoriser les processus d'innovation.

3.1. L'implication des institutions locales : meilleure prise en compte des dynamiques d'innovation locale

Malgré leur importance économique pour la région semi-aride, les petites fromageries ne sont pas reconnues légalement et ne sont pas bénéficiaires d'appuis des services officiels ni de crédits. La non-reconnaissance légale des unités artisanales de transformation a constitué un frein au développement d'institutions formelles de coordination.

La mise en évidence par la recherche du rôle des fromageries rurales en terme d'emploi et de revenus ruraux a contribué à améliorer leur visibilité et leur crédibilité vis-à-vis des institutions publiques. Inversement, l'évolution favorable de « l'atmosphère institutionnelle » a modifié la perception que les fromageries se font de leur environnement officiel. L'action des pouvoirs publics, jusque là perçue avant tout comme une menace potentielle de fermeture pour les entreprises informelles, devient un moyen possible d'appui dans une démarche de qualification et de recherche de financements. Le changement de perception est donc réciproque. Il se concrétise par des initiatives de formation techniques et par une ouverture, en 1999, de l'accès au crédit pour les unités artisanales.

3.2. Qualité hygiénique et qualité territoriale des produits

Le thème de la qualité des produits ressort comme un thème fédérateur pouvant renforcer les articulations entre les dispositifs institutionnels et les entrepreneurs. L'hypothèse est que la qualité peut avoir un rôle moteur dans le développement territorial par la création d'un processus d'apprentissage collectif et la mise en place de nouvelles formes de coordination au sein de la filière.

La qualité des produits est une notion complexe qui revêt plusieurs dimensions (qualité nutritionnelle, qualité d'usage, qualité microbiologique, qualité territoriale...). Nous la considérons comme une construction sociale qui résulte d'un ensemble de pratiques, de représentations, d'itinéraires techniques des différents acteurs de la filière et des institutions publiques qui définissent une partie des règles du jeu. Plusieurs travaux ont montré la validité du cadre théorique de l'économie des conventions pour appréhender la construction de la qualité par un groupe hétérogène d'acteurs (Eymard-Duvernay, 1995 ; Sainte Marie *et al.*, 1995 ; Cheyns, 1998). Notre démarche de travail sur l'amélioration de la qualité des produits propose trois étapes successives : la systématisation des représentations de la qualité par les différents acteurs ; l'identification des zones d'incertitudes et points critiques ; et la construction d'un compromis à travers la mise en œuvre de projets ou produits communs. Des débats et des visites ont été proposés pour faciliter la

mise en place de nouveaux mécanismes de concertation et de coordination entre fabricants et entre les différents agents de la filière (producteurs et commerçants) ou encore avec les institutions.

3.3. Vers la construction de repères collectifs

3.3.1. La perception de la qualité des fromages par les consommateurs

Des entretiens qualitatifs conduits en 1997 auprès d'une cinquantaine de consommateurs résidents dans la capitale du Sergipe montrent que pour définir un fromage de qualité, les consommateurs se réfèrent à plusieurs dimensions (Chignier, 1997). Plus des trois-quarts des consommateurs interrogés évoquent spontanément la *qualité organoleptique* des produits : la saveur (fort goût de lait ou faible teneur en sel), la texture humide (synonyme de produit frais). La *qualité nutritionnelle* du fromage est avancée par quelques ménagères qui soulignent le bienfait de ce produit naturel pour les enfants. Le souci de la forte teneur en sel, vue comme une menace pour la santé, apparaît comme la préoccupation de quelques ménagères. La *qualité microbiologique* est évoquée par plusieurs ménagères qui se réfèrent à l'hygiène de la fabrication et à la propreté des stands de vente. Enfin, plusieurs consommateurs mettent en avant l'origine territoriale des fromages traditionnels (*qualité territoriale*). « *Consommer le fromage de ma région* », « *de mon village* » traduit l'affirmation des ménages urbains pour une préférence régionale, l'appartenance au peuple nordestin (Chignier, 1997).

3.3.2. La perception de la qualité des fromages par les agents des services publics

« Quels qu'ils soient, les agents des services publics véhiculent une représentation de la qualité portée sur les facettes hygiéniques et sanitaires [...] cette représentation est en partie liée à leurs compétences (vétérinaire, ingénieur agro-alimentaire, biologiste) et à leur mandat (compromis civique-industriel) » (Cheyns, 1998). En fonction de cette représentation hygiénique de la qualité, les techniciens évoquent souvent en priorité la pasteurisation du lait comme condition impérative au développement du secteur fromager. Au-delà de ces critères, ils parlent de la qualité des fromages en évoquant des images ou des exemples extérieurs à la région Nordeste : la référence est le fromage du Minas Gerais, région traditionnelle de production fromagère dont la réputation n'est plus à construire. En général, les techniciens ne reconnaissent ni le savoir-faire des artisans locaux, ni les spécificités du secteur artisanal. Leurs stratégies d'action font appels à ces mêmes références civiques ou industrielles. Les slogans et les reportages portés par la presse illustrent bien ces représentations : « *La cendre de cigarette et la sueur humaine sont les ingrédients des fromages du Sergipe* » - titre d'un hebdomadaire lançant un appel aux consommateurs pour limiter la consommation de fromages « illégaux ».

3.3.3. La perception de la qualité des fromages par les fabriquants

Les petites entreprises agro-alimentaires se trouvent précisément à la croisée de ces différents modes de représentation et contribuent à la construction d'un compromis. Les entrepreneurs recherchent avant tout la meilleure adéquation de l'offre à la demande spécifique d'un marché. On voit ainsi le fromage *coalho precozido* s'acheminer vers Campina Grande (Paraiba), alors que le fromage *queijo de coalho cru* se vend plus facilement à Salvador-de-Bahia, où on le préfère peu salé et bien alvéolé. On voit même apparaître une segmentation de la qualité pour un même type de fromage. Certains fromagers produisent le *coalho precozido* dans des moules carrés pour approvisionner Aracaju (Sergipe) tandis que d'autres n'utilisent que des rectangulaires pour les marchés des Etats de la Paraiba et du Ceara.

Malgré ces compromis, leurs représentations de la qualité sont diversifiées. En période de forte demande, les efforts de certains entrepreneurs se centrent autour des gains de rendement, au détriment de la qualité du produit. Un fromager témoigne : « *à cette époque-là, je fais du fromage pour le vendre et non pour le manger* ». La diversité de ces représentations se reflète concrètement dans des pratiques différentes de fabrication.

3.4. Deux outils pour la médiation

On se propose donc d'aborder la qualité de ces produits comme une construction sociale et territoriale (Casabianca & Valceschini, 1996). En d'autres termes, comment faire porter un projet d'amélioration et de valorisation d'un produit local par un ensemble d'acteurs rassemblés au sein d'un territoire ? Dans son article sur la négociation de la qualité, Eymard-Duvernay nous rappelle qu'il existe deux voies possibles : « l'introduction d'institutions collectives qui établissent des règles et qui se donnent les moyens de faire respecter ces règles, ou la reconnaissance des formes de liens locaux entre acteurs comme la proximité permettant la communication, l'expression du désaccord, la négociation » (Eymard-Duvernay, 1995).

Notre conception se rapproche de la deuxième voie : la qualité territoriale d'un produit traditionnel n'est pas l'affaire de quelques-uns, mais doit être négociée dans un réseau d'acteurs, « ouvert, hétérogène et fluctuant » (*ibid.*). Pour faciliter la mise en place de mécanismes de concertation, des projets communs ont été proposés et mis en œuvre dans le cadre du projet. Nous citerons deux exemples : la fabrique-école et le concours de fromages.

3.4.1. La fabrique-école : un support de négociation interprofessionnelle

L'idée de monter une unité de démonstration, ensuite appelée fabrique-école, est le produit d'une rencontre entre plusieurs acteurs. Au cours des premières réunions de concertation, les entrepreneurs ont souhaité recevoir des orientations techniques pour améliorer leur pratiques de production de fromage. D'autre part, reconnaissant le rôle économique et social des unités fromagères, les techniciens étaient perplexes sur les moyens d'intervention efficaces auprès d'un secteur peu structuré et faiblement organisé. Une réflexion a également été menée sur la non-adéquation de la réglementation aux fromageries de petite taille. Enfin, un projet de développement destiné aux petits producteurs de la région souhaitait afficher rapidement des résultats concrets d'appui aux activités de diversification du revenu agricole.

Cette unité-modèle répondait à plusieurs objectifs : présenter une unité « dans les normes sanitaires », exposer des équipements adaptés aux volumes réduits des petites entreprises, organiser des formations pour les entrepreneurs et pour les producteurs qui souhaitent diversifier leurs activités, être une présentation concrète des actions du projet dans la région. Son emplacement sur le lieu de la foire agricole de Frei Paulo, siège du projet de développement, est lié à ce dernier objectif.

Cette unité a permis à l'ensemble des acteurs du projet de renégocier les exigences sanitaires imposées par les services de répression des fraudes. Il faut souligner qu'à ce stade, les réglementations ne prenaient en compte que le modèle de l'industrie laitière de grande taille, aucune n'étant véritablement adaptée pour la petite fromagerie. Pour construire cette unité-modèle, il a fallu revoir la réglementation, et proposer des dimensions et des coûts de construction compatibles avec l'activité fromagère telle qu'elle existait dans la réalité. Ce sont les techniciens et le service de la répression des fraudes qui se sont chargés de ce dossier. Plusieurs visites et entretiens avec des entrepreneurs de la région et une analyse des coûts de production et des volumes traités leur ont permis de proposer une petite unité capable de traiter 600 litres/jour. Ce projet a contribué à l'établissement d'un dialogue ouvert entre les entrepreneurs (agissant dans le secteur informel) et les services de la répression des fraudes.

La reproduction d'une unité de production permet d'exposer les exigences minima en termes de conditions de fabrication et aide les entrepreneurs à démystifier les exigences de la législation sanitaire. Elle facilite la construction de repères communs. Elle a d'ailleurs fait l'objet de différentes modifications suite à la réalisation des premières formations et aux discussions avec les entrepreneurs.

Aujourd'hui, la fabrique-école répond à un objectif pédagogique : avoir un local adapté pour la réalisation de cours théoriques et pratiques sur les procédés de transformation du lait. Des sessions de formations sont régulièrement organisées.

Elle est aussi un lieu de confrontation et de rencontres : entre fromagers et techniciens, entre fromagers de différents bassins laitiers, mais aussi avec des agents commerciaux de industries d'équipement. Ces échanges d'in-

formations viennent renforcer le processus d'innovation et de qualification des produits. Il représente enfin un témoignage concret d'intérêt politique pour le secteur de l'agriculture familiale et les entreprises qui lui sont liées en milieu rural.

On retiendra que cette unité permet la consolidation du métier (amélioration des savoir-faire, amélioration du rendement fromager), mais ne s'attache pratiquement pas à l'identité du territoire et des produits. C'est sur ces deux autres notions que joue le concours de fromages.

3.4.2. Le concours de fromages

A Gloria, comme dans la plupart des bourgs de la région, est organisé chaque année un comice agricole. On y organise de nombreux défilés d'animaux, et l'on récompense les meilleurs producteurs de lait de la région. Le concours de fromages, inséré dans cette programmation depuis 1998, confère à ce produit la place qui lui revient dans son territoire. Les savoir-faire des fromagers y sont ainsi valorisés au même titre que ceux des producteurs de lait. Cet événement a été proposé par une équipe de chercheurs, de fromagers et de techniciens. Des négociations entre ces agents ont permis d'aboutir à la définition d'une forme d'évaluation capable de rassembler les différentes visions présentées ci-dessus. Elle s'est traduite par la mise en place d'une dégustation collective du produit, suivie d'un vote ouvert au public. Cet événement contribue fortement à la construction et à la reconnaissance d'une qualité territoriale du produit artisanal.

Le concours conduit de plusieurs façons à la valorisation des entrepreneurs. Il permet une reconnaissance institutionnelle et politique du savoir-faire fromager traditionnel, mais aussi une reconnaissance du métier auprès des pairs, des autres acteurs de la filière et du monde rural. Quelques jours après le concours, un commerçant commentait à propos du gagnant : « *ce fromager est un vrai professionnel !* ». Il contribue enfin à la construction d'un bien collectif, la notoriété régionale du fromage de Gloria.

La qualité territoriale d'un produit peut être vue comme le résultat d'une confrontation entre plusieurs stratégies et différents modes de représentation. L'innovation technique ou organisationnelle sur des produits traditionnels nécessite de prendre en compte la modification des caractéristiques territoriales et doit s'inscrire dans une dynamique de compromis (Cheyns, 1998). La construction de celui-ci passe par la mise en place de mécanismes de concertation au niveau d'un réseau d'acteurs locaux (producteurs, fromagers, commerçants, collectivités locales, etc.). Soulignons que les mécanismes de concertation, l'apprentissage collectif, ou le travail autour d'un projet commun viennent également renforcer le sentiment d'appartenance à un territoire, ou territorialité, ingrédient essentiel à la construction du développement local (Requier-Desjardins, 1999).

Conclusions

L'exemple de la région de Gloria et de ses fromages nous a servi pour montrer comment un dispositif de recherche peut être construit à la fois par une connaissance historique de l'émergence du système agroalimentaire localisé et par l'analyse des différents réseaux socio-techniques qui le mettent en mouvement. Ces étapes ont mis en évidence deux objets de l'action pour le dispositif de recherche : un objet matériel, la qualité des fromages nordestins confrontés à une évolution des circuits, des formes de consommation et de l'environnement réglementaire ; et un objet immatériel, la reconnaissance professionnelle du métier de fabricant fromager. Dans ce contexte particulier, la fabrique-école et le concours de fromage sont apparus comme des mécanismes de médiation adaptés, permettant de rapprocher les positions en présence, de faciliter des compromis, et de modifier à la fois certaines pratiques et certaines représentations. Le rôle des chercheurs, qu'ils soient des sciences sociales ou des sciences biotechniques, dans le renforcement des dynamiques territoriales, est lié en définitive à leur capacité à contribuer à des mécanismes de concertation, pouvant mobiliser les ressources d'acteurs autour des objets de l'action.

Bibliographie

Abdelmaki L., Courlet C., 1996. *Les nouvelles logiques du développement.* Paris, Editions L'Harmattan, 415p.

Abramovay R., 1998. O capital social dos territories : repensando o desenvolvimento rural. *In : Seminario sobre reforma agraria e desenvolvimento sustentavel.* Fortaleza (Brésil). http://www.-dataterra.org.br/ Documentos/biblioteca.htm, 11p.

Allaire G., Sylvander B., 1997. Qualité spécifique et systèmes d'innovation territoriale. *Cahiers d'économie et sociologie rurale,* 44 : 29-59

Altenburg T., Meyer-Stamer J., 1999. How to promote clusters : Policy experiences from Latin America. *World Development,* 27 (9) : 1693-1713.

Andrade M.C. de, 1998. Agricultura e produçao do territorio no Brasil. *In* : Diniz, J.A.F., França V.L.A. (éds) : *Capitulos de geografia nordestina.* Aracaju, Editions de l'UFS : 217-236.

Beccatini G., 1992. Le district marshallien : une notion socio-économique .*In* : Benko G., Lipietz A. (éds) : *Les régions qui gagnent.* Paris, Editions des PUF.

Caron P., 1998. *Espaces, élevages et dynamiques du changement dans le Nordeste semi-aride du Brésil.* Thèse de Doctorat de Geographie, Paris-X, France. 400p.

Casabianca F., Valceschini E. (éds), 1996. *La qualité dans l'agro-alimentaire : émergence d'un champ de recherches.* Rapport final de l'AIP "Construction sociale de la qualité". Paris, INRA-SAD, 344 pages.

Casarotto Filho N., Pires L.H., 1999. Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local. Sao Paulo, Editora Atlas, 148p.

Cerdan C., Mitternique S., Carvalho Filho O.M., Neto J.H., 1996. *Valorização do leite no semi-arido.* Aracaju, EMBRAPA/ EMDAGRO/ CIRAD. 28p.

Colletis G., Pecqueur B., 1993. Intégration des espaces et quasi-intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ? *Revue d'Economie Rurale et Urbaine,* 3 : 489-508.

Cheyns E., 1998. *Identification et construction sociale de la qualité de produits agro-alimentaires le cas de l'alimentation urbaine au Burkina Faso.* Thèse de Doctorat en Economie, ENSAM, Montpellier, France. 381 p. + annexes.

Chignier C., 1997. *La perception de la qualité et sa gestion dans la filière des fromages artisanaux du Sergipe (Brésil)* mémoire d'ingénieur CNEARC, Montpellier, France, 60p.

DATAR, 1999. *Les systèmes productifs localisés : des modes spécifiques de développement économique territorial en France.* Actes du Colloque Toulouse / Labège, 21 juin 1999. Paris, DATAR, 75p.

Eymard-Duvernay , 1995. La négociation de la qualité. *In* : F. Nicolas et E. Valceschini (eds) : Agro-alimentaire : une économie de la qualité. Paris, Editions INRA Economica : 99-208.

Fourcade C., 1996. L'accès des petites entreprises aux technologies adaptées au développement : le rôle des systèmes productifs localisés. *In* : Abdelmaki L., Courlet C. (éds.) : *Les nouvelles logiques du développement.* Paris, Editions L'Harmattan : 255-267.

Garofoli G., 1992. Les systèmes de petites entreprises : un cas paradigmatique de développement endogène. *In :* Benko G., Lipietz A., (éds.) : *Les régions qui gagnent.* Paris, Editions PUF.

Humphrey J., 1995. Industrial reorganization in developing countries : from models to trajectories. *World Development,* 23 (1) : 149-162.

IBGE, 1992. *Estadisticas agropecuárias 1990, Sergipe.* Rio de Janeiro, Editions de Instituto Brasileiro de Geografia e Estadistica.

IBGE, 1998. *Censo agropecuário 1995-1996, Sergipe n.14.* Rio de Janeiro, Editions de Instituto Brasileiro de Geografia e Estadistica, 197p.

Jank M.S., Farina, E.M.Q. Galan V., 1999. *O agrobussiness do leite no Brasil.* São Paulo, edition IPEA-PENSA/USP. 108p.

Marshall A., 1920. *Principles of Economics.* 8ème édition. Londres, Editions Macmillan.

Pecqueur B., 1995. La construction du territoire par les acteurs. *In* : Courtet C., Berlan-Darqué M., Demarne Y. (éds.) : *Territoires ruraux et développement : quel rôle pour la recherche ?* Paris : CEMAGREF – Editions Descartes : 69-81.

Rallet A., Torre A., 1995. Economie industrielle et économie spatiale : un état des lieux. *In* : Rallet A., Torre A. (éds.) : *Economie industrielle et économie spatiale.* Paris, Editions INRA Economica : 3-37.

Requier-Desjardins D., 1999. *Agroindustria rural y sistemas agroalimentares localizados : Cuales puestas?* X Aniversario de PRODAR. Quito (Equateur), 30 octobre – 2 novembre 1999, 16p.

Sainte Marie C., Prost J., Casabianca F., Casalta E., 1995. La construction sociale de la qualité. Enjeux autour de l'Appellation d'Origine Contrôlée " Brocciu corse". *In :* Nicolas F., Valceschini E. (éds) : *Agro-alimentaire: une économie de la qualité.* Paris, Editions INRA Economica : 185-198.

Schmitz H., 1995. Collective efficiency : growth path for small-scale industry. *J. Dev. Studies,* 31 (4) : 529-566.

Silva P.C.G. da, Caron P., Sabourin E., Hubert B., Clouet Y., 1994. Contribution à la planification du développement sans objectif final : proposition pour la région Nordeste, Brésil. *In : Recherche-Système en agriculture et développement rural.* Montpellier, Editions Cirad / AFSR-E : 199-205.

Etud. Rech. Syst. Agraires Dév., 2001, 32 : 145-163

Des systèmes agroalimentaires dans la ville ?

Le cas de Maroua au Nord-Cameroun

Elisabeth LOPEZ
José MUCHNIK*

*INRA-SAD / CIRAD-TERA - 73, rue Jean-François Breton - 34090 Montpellier cedex
muchnik@cirad.fr - Tél. 04 67 61 57 06 – Fax. 04 67 61 12 23

Résumé

Nourrir les villes reste un enjeu essentiel dans les pays africains où les processus d'urbanisation rapide de ces dernières décennies ont posé des défis jusqu'alors inconnus. Dans ce contexte difficile, les populations ont su s'approprier, marquer et organiser l'espace urbain pour se nourrir en ville. Comprendre l'organisation et les spécialisations spatiales des activités agroalimentaires urbaines et leurs relations avec la production rurale constitue donc une question d'importance posée à la recherche agronomique et agroalimentaire pour répondre à ces défis.

Les recherches menées pendant plusieurs années à Maroua au Nord-Cameroun, où ont été observés, décrits et analysés l'émergence et le fonctionnement de petites entreprises agroalimentaires urbaines, nous montrent : i) l'existence en ville de zones d'activités spécialisées tant dans le domaine de la transformation de produits que de la commercialisation ou de la restauration. ii) ces systèmes agroalimentaires localisés urbains constituent un lieu stratégique dans les interactions entre les dynamiques rurales et les dynamiques urbaines et périurbaines. La localisation des activités devient alors un élément révélateur des stratégies des petites entreprises agroalimentaires qui participent ainsi à l'organisation de la ville, iii) la construction des règles d'occupation et d'aménagement des espaces urbains peut constituer alors un facteur dynamisant des formes d'action collective qui interviennent dans la coordination des processus d'innovation dans les activités agroalimentaires.

Mots-clés : systèmes agroalimentaires localisés - activités agroalimentaires urbaines - petites entreprises – Cameroun

Abstract

Agrofood systems in the city? The case of Maroua in North Cameroon. *Feeding the cities is a crucial concern for African countries in which galloping urbanisation over the last decades has raised problems of a magnitude never encountered before. In this difficult situation, local populations have shown their ability to appropriate, mark and organise their urban space to feed themselves. Understanding the spatial organisation and specialisation of urban agrofood activities and their relation with rural production is therefore a central issue addressed to agricultural and agrofood research in order to meet these challenges.*

Several years of researching in Maroua (North Cameroon), where the authors observed, described and analysed the emergence and operation of small urban agrofood businesses, have shown: i) the existence in the towns of areas with specialised activities in produce processing, produce marketing and catering; ii) that these localised urban agrofood systems are a strategic site in interactions between rural and urban and suburban dynamics. The location of these activities are thus indicative of the strategies of small agrofood businesses that participate in this way in the organisation of the city; iii) that the construction of spatial occupation and planning rules in urban spaces may become a stimulating factor for the forms of collective action involved in the coordination of innovation processes in agrofood activities.

Keywords: *localised agrofood systems - urban agrofood activities - small businesses - Cameroon*

Villes, territoires et activités agroalimentaires

Dans les pays du sud, les villes apportent une contribution essentielle au développement économique, social et culturel, notamment parce qu'elles constituent un lieu de rencontres et d'échanges. Il ne s'agit plus, comme cela a longtemps été le cas, de les réfléchir en opposition à l'espace rural, mais plutôt d'envisager les complémentarités et les effets d'entraînement à renforcer. Il devient ainsi légitime d'étudier les dynamiques territoriales qui les concernent.

Les recherches menées à Maroua au Nord-Cameroun (Iyebi-Mandjek, 1992 ; Lopez, 1996), montrent que l'existence d'un tissu urbain de petites entreprises agroalimentaires ne constitue pas un phénomène marginal mais une réalité essentielle dans l'organisation urbaine ainsi qu'un facteur déterminant pour l'emploi et l'alimentation de la population. Ce sont, en effet, pas moins de 145 moulins à céréales, 700 unités de production de bière de sorgho, 300 fabricantes de boisson non alcoolisées... qui y ont émergé dans les dernières années (Lopez, 1996). La ville de Maroua nous offre un terrain d'étude intéressant pour comprendre le rôle que ces dernières jouent dans le processus de territorialisation de la ville et dans les relations entre espaces urbains et espaces ruraux.

Le territoire est approché en tant qu' « espace d'identité, espace d'appartenance » (Blanc-Pamard & Quinty-Bourgeois, 1999), « espace construit socialement, marqué culturellement et régulé institutionnellement » (Lopez & Muchnik, 1997). Il ne coïncide pas forcément avec un espace continu du point de vue géographique. Cette approche permet de concevoir la constitution de territoires charnières qui regroupent des espaces urbains et des espaces ruraux liés par des valeurs, des comportements et des règles communes. Territoires qui constituent des lieux stratégiques pour l'articulation entre les dynamiques rurales et les dynamiques urbaines.

Notre objectif dans cet article sera donc double : dans un premier temps, montrer comment les activités de l'artisanat alimentaire urbain participent à ce processus ; puis préciser comment le choix de la localisation des entreprises constitue un élément central des stratégies des entrepreneurs et conditionne les processus d'innovation.

Les activités qui serviront de support à notre analyse sont : la production de bière de sorgho ou *bilbil* (boisson alcoolisée), la production de boissons rafraîchissantes non alcoolisées, de bouillies et la production de lait fermenté. Ces activités représentent des situations spatiales variées, activités regroupées ou au contraire dispersées, plus ou moins liées au milieu rural environnant la ville. Elles regroupent des produits, des savoirs, des hommes (surtout des femmes) qui fabriquent et vendent ces produits et des institutions (coutumières ou modernes) qui norment et régulent ces activités.

Après une présentation rapide de l'évolution historique de la ville de Maroua afin de comprendre le sens et les principes d'organisation de la ville, nous abordons : (i) la localisation des activités, ainsi que les facteurs techniques, organisationnels ou culturels qui expliquent ces localisations et la concentration spatiale des activités, (ii) les stratégies des entrepreneurs vis-à-vis de leur localisation, de leur production ou de leurs réseaux de commercialisation. Quels sont les facteurs pris en compte pour décider de la localisation de leurs entreprises ? (iii) Nous nous interrogeons, enfin, sur la manière dont les variables spatiales ou territoriales pourraient conditionner les processus d'innovation associés à la concentration, à la coordination et à la spécialisation d'activités agroalimentaires urbaines.

1. Dynamique urbaine de Maroua

Maroua est une ville moyenne. Il s'agit du type même de ville-relais sur lesquelles des politiques d'aménagement du territoire cherchent à s'appuyer pour éviter un trop fort développement de mégapoles et pour favoriser une plus grande intégration nationale, en particulier entre le milieu urbain et l'environnement rural (Sautter,

1981 ; Pelletier & Delfante, 1994). En 1983, elle est devenue la capitale de la province de l'Extrême Nord, la province la plus septentrionale du Cameroun. Elle se situe au quatrième rang national avec 123 000 habitants recensés en 1987 sur les 10,5 millions que comptait alors le pays (Gubry, 1992). Se situant à proximité de la frontière avec le Tchad et avec le Nigeria (Figures 1 et 2), elle constitue un relais majeur du commerce transfrontalier et de sa redistribution dans le reste du pays.



Figure 1 : Carte du Cameroun

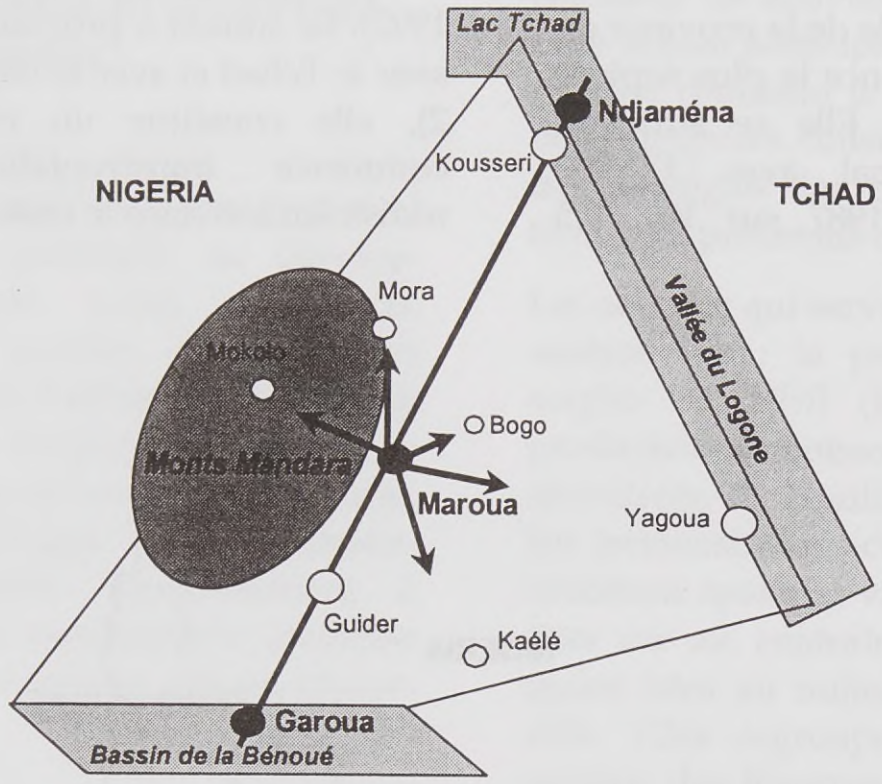


Figure 2 : Situation de Maroua

Une particularité intéressante de cette ville africaine est que son établissement et son organisation sont bien antérieurs à l'arrivée des colons, allemands puis français[1]. Le site de Maroua a, en effet, connu une occupation très ancienne par différents groupes de population : d'abord, des *Saw*, puis essentiellement des Giziga Bi Marva, mais aussi des Mundang, des Mofu,... Les premiers Fulbé[2] arrivent dans la région vers le XVIIe siècle.

La ville de Maroua a été fondée par des Giziga, sujets du royaume Mandara vers le début du XVIIIe siècle. Dans la région, les frictions entre les Fulbé et la population locale se multiplient et, finalement, ils s'emparent de la ville entre 1792 et 1794. La population Fulbé se compose d'esclaves affranchis (*riimay'be*), et de Fulbé Baamle, leurs anciens maîtres. Les affranchis, grâce à des alliances matrimoniales avec les Giziga, parviennent à prendre la ville, en jouant sur les dissensions entre dynasties Giziga. Leurs maîtres (Fulbé Taara et Sawa) les rejoignent ensuite.

Cependant, comme les autres conquêtes Fulbé de la fin du XVIIIe, cette victoire est récupérée par le mouvement religieux centré sur Sokoto. Celui-ci nomme les chefs, essentiellement en fonction des compétences coraniques : les affranchis sont alors, en partie, dépossédés de leur victoire au bénéfice des maîtres Peul. Un compromis est, en fait, mis en place et un double pouvoir s'établit alors à Maroua. Deux représentants sont nommés :

- un *kaygamma*, représentant des *riimay'be*, qui sera en charge de la partie *ouest* de la ville. Il participe à la nomination du *lamido*. Le titre devient une charge héréditaire, comme pour d'autres notables ;
- un représentant des Fulbé, le *lamido*, qui prend en charge la partie *est* de la ville. Il participe à la nomination du *kaygamma*.

Ce double pouvoir différencie fortement Maroua des autres lamidats de la région où le *lamido* a tous les pouvoirs et où le *kaygamma* n'est qu'un simple notable, dont la charge n'est pas héréditaire. La ville devient un lieu de grande liberté par rapport aux lamidats avoisinants : elle attire une population nombreuse d'artisans, de commerçants, de lettrés, ...

Les Français arrivent dans la région en 1915 et ils s'emparent de la ville en 1918. Ils adoptent les mêmes méthodes que les

---

[1] La partie historique est tirée de Seignobos C., Iyebi-Mandjek O., 2000.

[2] Fulbé : pluriel de Peul.

Allemands, premiers colons en 1901 : ils ne prennent pas en compte l'organisation spécifique de Maroua et ne traitent qu'avec le *lamido*, qui se voit attribuer un pouvoir excessif. La ville se vide alors en partie.

Le *lamido* parvient à accroître son importance, notamment en attribuant aux administrations qui s'installent des emplacements situés à l'ouest de la ville, c'est-à-dire dans la zone normalement sous contrôle du *kaygamma*. Celui-ci voit son pouvoir, notamment foncier, s'amenuiser peu à peu.

Ce n'est que dans les années 1950 que la population non islamisée des plaines (Giziga, Mundang, Tupuri,...) et des montagnes (Mofu, Mafa...) recommence à s'installer en grand nombre, plutôt à la périphérie de la ville. A la même époque, plusieurs sociétés commerciales d'import-export, dirigées par des Européens et des Libanais, prennent pied dans la cité. Le développement de Maroua reprend.

A partir de 1960, avec l'Indépendance, le pouvoir du *lamido* est fortement remis en cause : le gouvernement instaure une communauté urbaine, avec un maire à sa tête. En ville, le *lamido* devient le premier adjoint du maire. Mais globalement, les relations entre les différents groupes ethniques se sont peu modifiées. Et l'organisation spatiale actuelle de la ville continue de se comprendre à travers son histoire.

Les migrations constituent un des facteurs essentiels pour saisir le développement de la ville (Boutrais *et al.*, 1984). Les principales zones de départ sont constituées des Monts Mandara et des cantons du Logone, où on ne trouve pas assez de ressources pour faire vivre toute la population (Pontié, 1979). Des ressortissants d'autres pays, notamment des Tchadiens, se sont également installés dans ces villes du Nord-Cameroun proches de la frontière avec leur pays d'origine. Enfin, les derniers immigrants, à partir des années 80, sont les Camerounais du sud du pays : il s'agit de fonctionnaires nommés dans la ville lorsque la province de l'Extrême Nord a été créée en 1983.

Tous les migrants ne s'installent pas de façon définitive à Maroua : les migrations peuvent être temporaires, voire saisonnières. Nombreux sont les Mafa et les Mofu qui descendent en plaine pendant la saison sèche pour acquérir un peu d'argent, puis retournent dans leur village. Ceci n'est pas sans conséquence sur la stabilité de la main d'œuvre dans certains secteurs d'activités.

Il ressort de ces évolutions que la ville est marquée par deux types de ruptures spatiales.

Entre les quartiers du centre et ceux de la périphérie

L'organisation spatiale de la ville et, notamment, son évolution depuis 1950 ont été étudiées par M. Paba Salé (1980). Dès 1950, lorsque les populations locales reviennent massivement à Maroua, la ville (hors quartiers européens) est constituée essentiellement de trois groupes de quartiers : Zouloum, Founangué et Domayo (Figure 3). Les deux premiers sont les plus densément peuplé; ils constituent le cœur de la ville.

Au centre se trouve le *saaré*[3] du *lamido* autour duquel sont installés en cercles concentriques les dignitaires de la cour, puis les Fulbé n'ayant pas de charge politique et les ressortissants d'autres ethnies musulmanes.

Les populations animistes et chrétiennes sont renvoyées dans les quartiers périphériques, c'est-à-dire à Domayo, essentiellement, dans les années 1950.

Entre 1950 et 1961, Maroua voit doubler la surface de son espace bâti, tout comme entre 1961 et 1974. Selon M. Paba Salé, l'extension continue après 1974, mais à une vitesse inférieure. Dans les années 90, à l'observation du plan de Maroua, il apparaît que cette surface s'est encore beaucoup accrue.

Les quartiers du centre les plus anciens composés de Zouloum, Founangué et Domayo se caractérisent par une large prédominance de musulmans, surtout des Fulbé. Ce sont des quartiers densément peuplés, dont l'évolution démographique est surtout due à l'accroissement naturel. Ce ne

[3]Saaré : maison, concession.

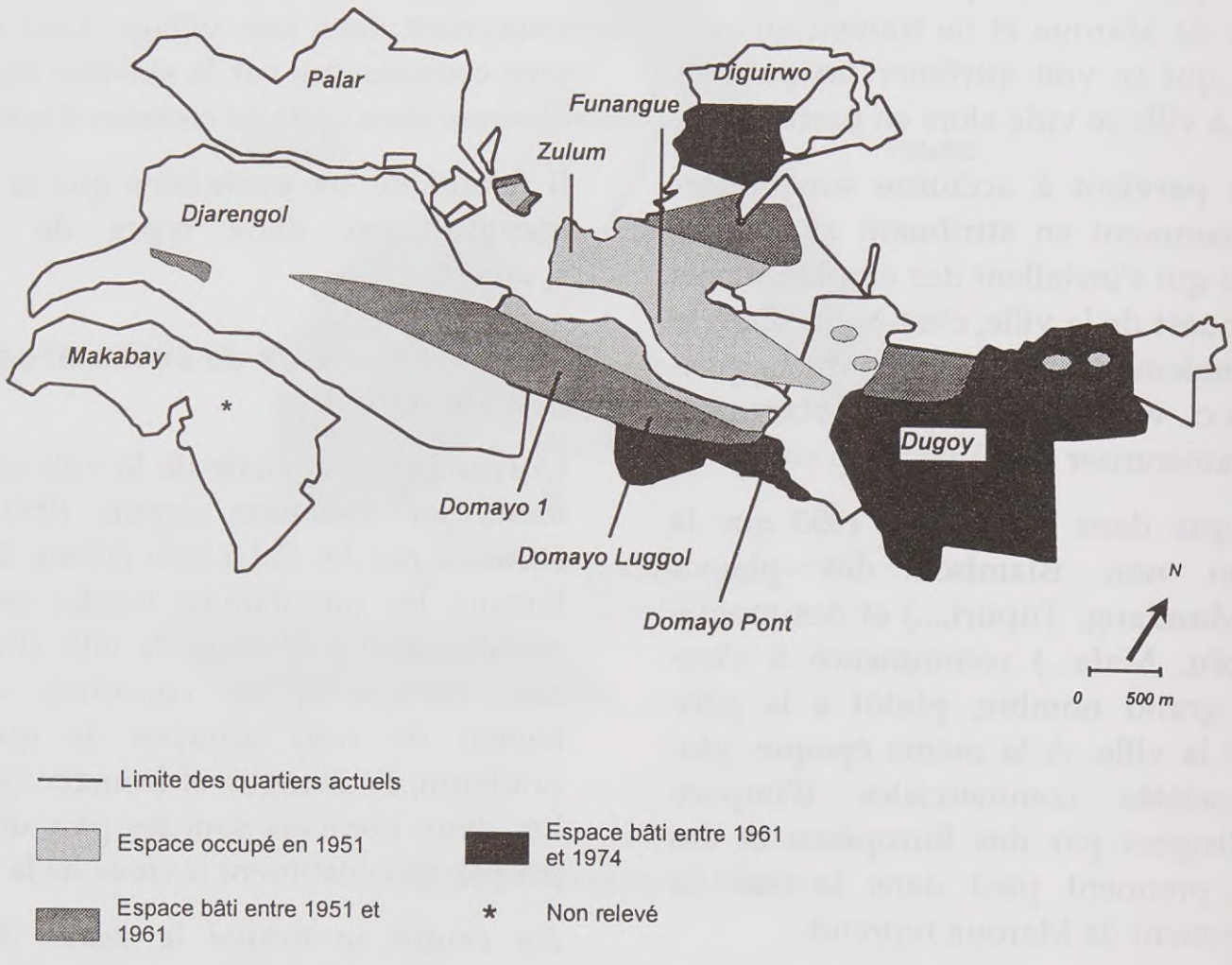


Figure 3. L'extension spatiale de Maroua (d'après Paba Salé, 1980)

sont pas des quartiers d'accueil pour de nouveaux migrants. Leurs habitants exercent surtout des activités relevant du commerce (du gros jusqu'au micro-détail) et de l'artisanat.

Entre l'ouest et l'est (Figure 4)

A l'ouest, les zones qui étaient sous le contrôle du *kaygamma* groupent les activités liées à l'arrivée des colons (administrations, services de santé, églises surtout catholiques). Elles sont devenues les quartiers où sont situées les administrations (délégations régionales des différents ministères, tribunal, gendarmerie, services de santé), les habitations des Européens et les lotissements des fonctionnaires (gendarmes, ...).

A l'est, sous le contrôle du *lamido*, se trouvent les activités liées au commerce et à l'artisanat : notamment, les deux plus grands marchés de la ville (gros et détail de produits alimentaires et de produits divers), les commerces les plus importants (les sociétés d'import-export installées par des Européens et celles créées par de grands commerçants locaux : les *alhaji*). Les banques, les assurances, l'agence de la compagnie aérienne, etc., se situent également dans cette zone, qui constitue, en quelque sorte, le « quartier d'affaires » de la ville. Les services ludiques : cinéma, terrains de sport, etc. sont aussi dans cette zone, tout comme la gare routière.

A ces deux grandes oppositions spatiales, ajoutons enfin l'existence *au sud de la ville*, d'une zone qui se distingue de toutes les autres : c'est là que sont regroupées les activités industrielles. Il s'agit d'une petite zone d'activités, excentrée, créée artificiellement, où se sont implantées : une usine importante de la SODECOTON[4] (unité d'égrenage du coton et unité de trituration), une tannerie, une entreprise de production de boissons et de confitures à base de fruits et une unité de conditionnement de parfum, qui constituent toute l'activité industrielle de la ville au début des années 1990.

[4] SODECOTON : Société de Développement du Coton.

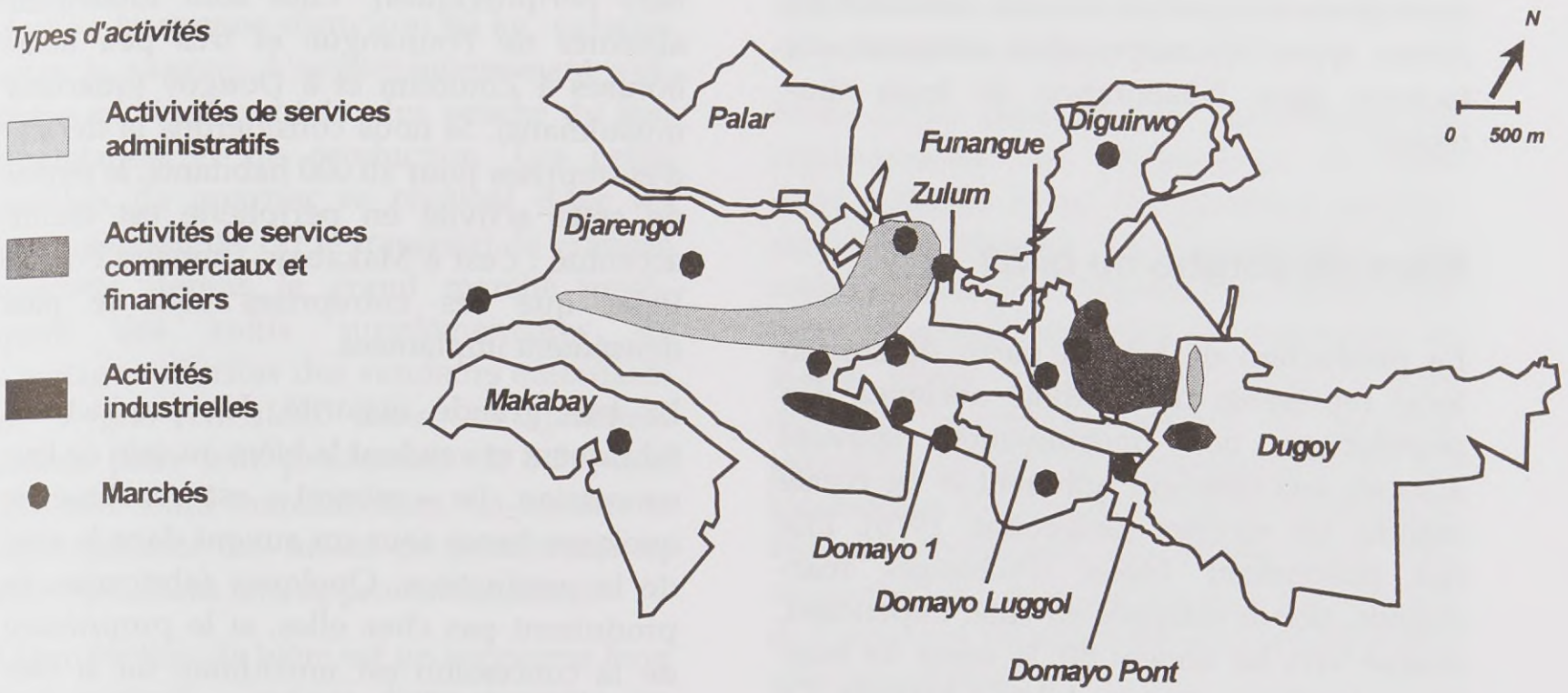


Figure 4. Répartition des activités à Maroua

2. La localisation des activités

Pour les trois secteurs d'activités choisis (la production de bière de sorgho, de boissons rafraîchissantes non alcoolisées et de lait fermenté), nous avons recensé le nombre d'unités installées en ville et précisé leur localisation. Celle-ci est conditionnée par différents facteurs qui expliquent la répartition spatiale des activités :

- *Des facteurs techniques* liés au procédé de fabrication mais aussi à l'espace nécessaire au bon déroulement du procédé, ressource rare dans le cadre d'une localisation urbaine, surtout en centre ville. La spécialisation de certains quartiers attire spontanément l'installation des personnes qui disposent des savoirs nécessaires, acquis par immersion dans le milieu.

- *Des facteurs organisationnels* liés aux ressources humaines disponibles, à l'approvisionnement, à la commercialisation des produits et à la concurrence. Les fournisseurs de matières premières et de divers types de services (par exemple le broyage du sorgho pour la fabrication de la bière de sorgho), les commerçants désireux de se procurer les produits élaborés, sont également attirés par les quartiers spécialisés.

- *Des facteurs culturels* jouent également un rôle important. Ainsi, dans une ville à prédominance musulmane, la production de bière au centre ville, à proximité du *saaré* du lamido, n'est pas imaginable. Pourtant, on peut trouver, dans le même quartier, des débits de boisson qui vendent de la bière industrielle. Pour la production de la bière de sorgho, il est préférable de rester discrètement en périphérie de la ville. Le fait que les femmes de musulmans aisés aient plus de difficultés à quitter leur domicile favorise le développement du commerce porte à porte, des tournées organisées (lait fermenté, boissons non alcoolisées).

- *Les pratiques et les lieux de consommation* constituent aussi des facteurs essentiels auxquels les productrices s'adaptent. Se situer à proximité des écoles au moment de la récréation, à la sortie du stade à la fin d'un meeting, devant une usine à l'heure du déjeuner, etc., permet d'écouler la production rapidement.

Nous verrons ci-après comment ces facteurs conditionnent la localisation et la concentration spatiale des secteurs d'activités choisis et nous analyserons ensuite comment les divers types d'entrepreneurs intègrent ces facteurs dans l'élaboration de leurs stratégies.

Bière de sorgho ou *bilbil*

La production de bière à partir de sorgho local représente une activité ancienne des populations non musulmanes, souvent associée aux fêtes qui rythment la vie rurale comme les récoltes (Seignobos, 1976). Elle fait maintenant l'objet d'échanges marchands, très développés en ville. Cependant, jusque vers les années 80, la vente de boissons alcoolisées était prohibée à Maroua. Ce n'est qu'avec l'arrivée des fonctionnaires originaires du sud du pays que le commerce des boissons alcoolisées s'est développé, se déroulant au grand jour. Les entreprises produisant de la bière de sorgho sont très nombreuses : nous avons recensé plus de 700 unités en 1991.

Pourtant, si aujourd'hui la production de bière est autorisée, elle ne se déroule pas n'importe où (Figure 5). Les unités de production sont regroupées dans certains quartiers. Nous les trouvons surtout à Domayo Pont (un quartier périphérique dans les années 50) et à Diguirwo, Djarengol, Palar et Makabay (actuels quartiers périphériques). Elles sont totalement absentes de Founangué et très peu nombreuses à Zouloum et à Dougoy (quartiers musulmans). Si nous considérons la densité d'entreprises pour 10 000 habitants, le renvoi de cette activité en périphérie est encore accentué : c'est à Makabay, Domayo Pont et Palar que ces entreprises sont le plus densément implantées.

La très grande majorité des productrices fabriquent et vendent la bière au sein de leur concession. Le « cabaret » est constitué de quelques bancs sous un auvent dans le *saaré* de la productrice. Quelques fabricantes ne produisent pas chez elles, si le propriétaire de la concession est musulman ou si elles doivent louer le matériel.

Le regroupement des activités au sein des quartiers favorise la diffusion des savoir-faire, mais constitue aussi un facteur de concurrence, parfois durement ressenti.

En outre, le processus de fabrication est exigeant en espace pour pouvoir stocker plusieurs canaris (jarres en terre cuite) d'assez grande dimension. Les quartiers les moins peuplés, disposant de plus d'espace, répondent mieux à cette contrainte.

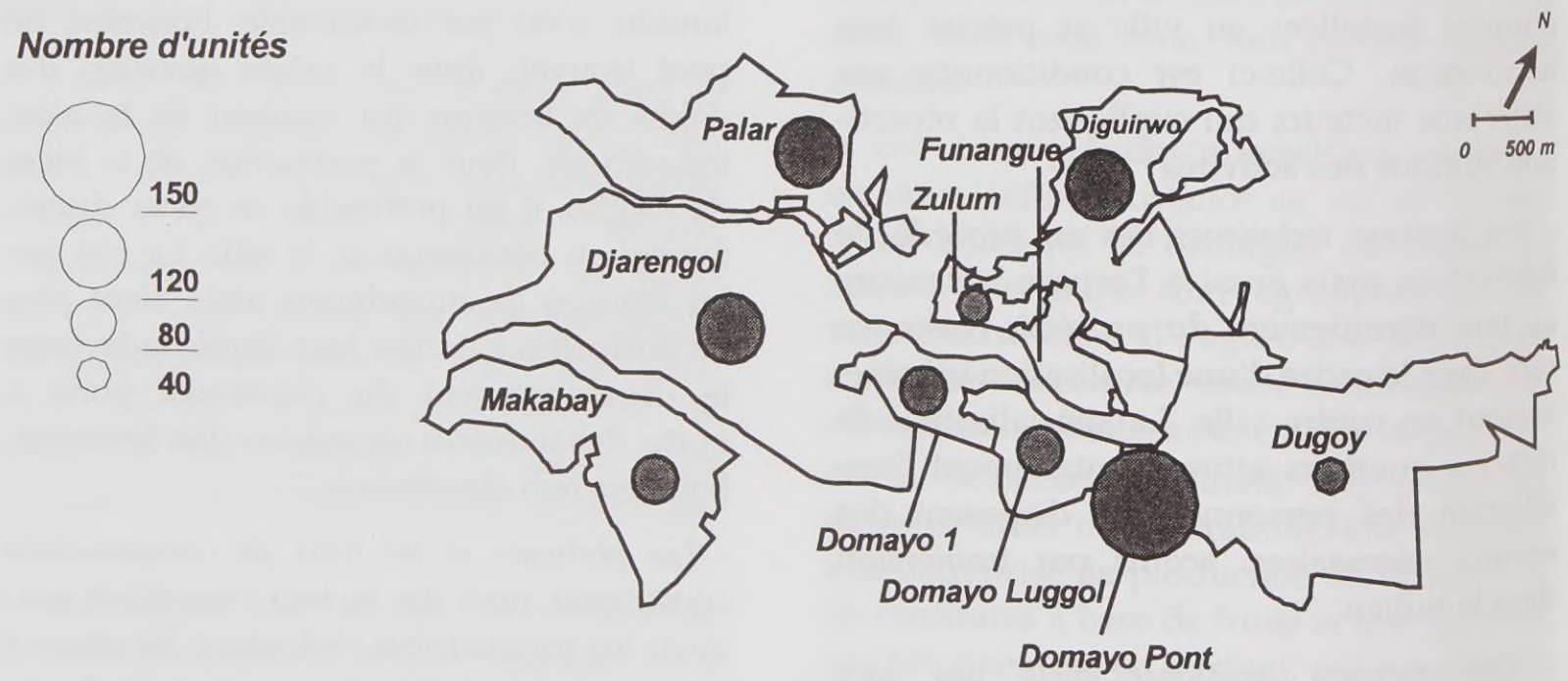


Figure 5. Localisation des entreprises de production de bière de sorgho

Le sorgho nécessaire à la production de bière est toujours acheté, même si la famille en produit. De grandes quantités de sorgho sont mobilisées dans chaque cycle de production (moyenne d'environ 40 kg, variable selon la saison). L'approvisionnement s'effectue sur le marché le plus proche du lieu d'habitation et de production. Les petits marchés de quartier se révèlent donc les plus intéressants, car le transport de grandes quantités depuis le grand marché impliquent des coûts supplémentaires de « portage ». Parfois des vendeurs ambulants de sorgho circulent dans les quartiers connus pour leur production de *bilbil* afin d'écouler leurs marchandises. Là encore, le regroupement des unités de production de bière favorisent leur approvisionnement.

La production de bière est un processus long (voir annexe) : autour d'une semaine, en fonction des conditions météorologiques ; aussi une fabricante ne produit-elle de la bière, en général, qu'une fois par semaine, deux fois pour les plus productives. Or il s'agit d'un produit qui se conserve peu : difficilement au-delà de 24 à 48 heures. Il est donc impératif de le vendre rapidement. La concentration des unités de production favorise cette commercialisation. En effet, le regroupement des productrices permet aux clients potentiels de toujours disposer de bière, quel que soit le jour de la semaine, s'il s'agit d'un quartier à très forte production. Pour les quartiers à production plus modérée, les fabricantes produisent selon le même rythme afin d'avoir des quantités importantes à proposer le jour du marché hebdomadaire du quartier.

Le consommateur de bière se déplace : c'est toujours lui qui va à la recherche du cabaret. En cela, il s'agit d'un mode de distribution différent de celui des autres boissons. Il s'explique par le rythme de production particulier : les productrices ont une grande quantité à écouler rapidement une fois par semaine. Les volumes en cause seraient difficiles à transporter (un peu plus de 100 litres en moyenne à chaque cycle de production). Mais ce mode de vente constitue aussi, et peut-être surtout, un gage de discrétion pour le consommateur : le *bilbil* reste une boisson « festive », pas toujours très bien considérée dans cette ville musulmane. Cela permet de se retrouver entre amis, loin de certaines contraintes sociales.

D'autant plus que les invendus sont parfois distillés et revendus sous forme d'eau de vie, ce qui reste formellement interdit ...

Nous avons ainsi observé l'importance du regroupement des productrices de bière dans certaines zones des quartiers périphériques de Maroua. La concentration des unités contribue à accentuer la concurrence entre les entreprises, mais elle représente en même temps un avantage pour la production, l'approvisionnement en matières premières et pour la commercialisation. La localisation en périphérie est fortement liée aux caractéristiques des productrices, des migrantes, et à celles du produit, demandant de l'espace et relativement censuré dans une ville musulmane.

Boissons non alcoolisées

Plusieurs familles de boissons non alcoolisées peuvent être distinguées :

- les boissons rafraîchissantes traditionnelles (*almé, ndiyam follere*),
- les boissons nouvelles, apportées notamment par des productrices en provenance du sud du pays (« anti-crise citron », jus de mangue, de goyave). Elles constituent de véritables innovations à la fois pour les productrices et pour les consommateurs. Elles sont davantage soumises aux modifications saisonnières.
- les bouillies : ce sont des produits traditionnels (*gaari, kundurku, mbusiri*).

Ces boissons peuvent être liées à des événements particuliers, souvent religieux (ramadan, retour de pèlerinage) ou encore être simplement rafraîchissantes et bon marché. En conséquence, la population consommatrice de ces produits est importante, variée et connaît des changements au cours de l'année (pendant les fêtes traditionnelles, saisons, ...) : tous les habitants de Maroua en consomment sous une forme ou une autre, chez eux, sur leur lieu de travail ou près d'une zone de divertissement. En revanche, ils n'en achètent pas forcément à l'extérieur, la préparation

domestique est encore très fréquente pour les boissons traditionnelles. Le nombre d'entreprises qui proposent des boissons non alcoolisées aux habitants de Maroua est cependant élevé : nous avons recensé près de 300 entreprises en 1991.

Ces entreprises sont les plus présentes (Figure 6) à Domayo 1 et à Founangué (quartiers du centre), également à Dougoy (gare routière) et à Diguirwo (grand marché des produits vivriers). C'est à Palar et à Makabay (quartiers les plus excentrés) que nous en avons observé le moins fréquemment. Si nous rapportons le nombre d'unités à la population du quartier, c'est Founangué et Domayo 1 qui sont les plus densément pourvus ; tandis que Djarengol et Domayo Louggol en abritent peu.

Les entreprises se retrouvent donc dans les quartiers les plus animés : elles confortent des zones d'activités existantes, liées au travail (usine, banques, ...) ou au divertissement.

Le procédé de production des différents types de boissons est plus ou moins complexe (voir en annexe) mais il ne demande jamais beaucoup d'espace. La production de boissons non alcoolisées peut donc avoir lieu pratiquement partout : seule, la localisation de la vente est importante. Ainsi, si la majorité des productrices vendent à leur domicile, surtout si elles habitent dans les quartiers musulmans, elles ont en général, plusieurs voies d'écoulement de leur production : aller sur un marché important, circuler dans les quartiers du centre, grands consommateurs, se placer devant certains lieux très fréquentés (gare routière, écoles, stades, usines, ...).

En fait, selon le type de produit, le lieu de commercialisation est adapté :

- les bouillies sont surtout consommées par des hommes, les travailleurs les plus pauvres (la population plus aisée en consomme également, mais les fabrique à la maison) : elles se trouvent donc sur le grand marché et devant les usines ;
- les rafraîchissements nouveaux sont également destinés aux pouvoirs d'achat les plus faibles et aux enfants (les autres consomment des boissons plus industrielles comme les Fanta, Top) : ils se retrouvent surtout sur les lieux de rassemblement public (gare, écoles, stades) ;

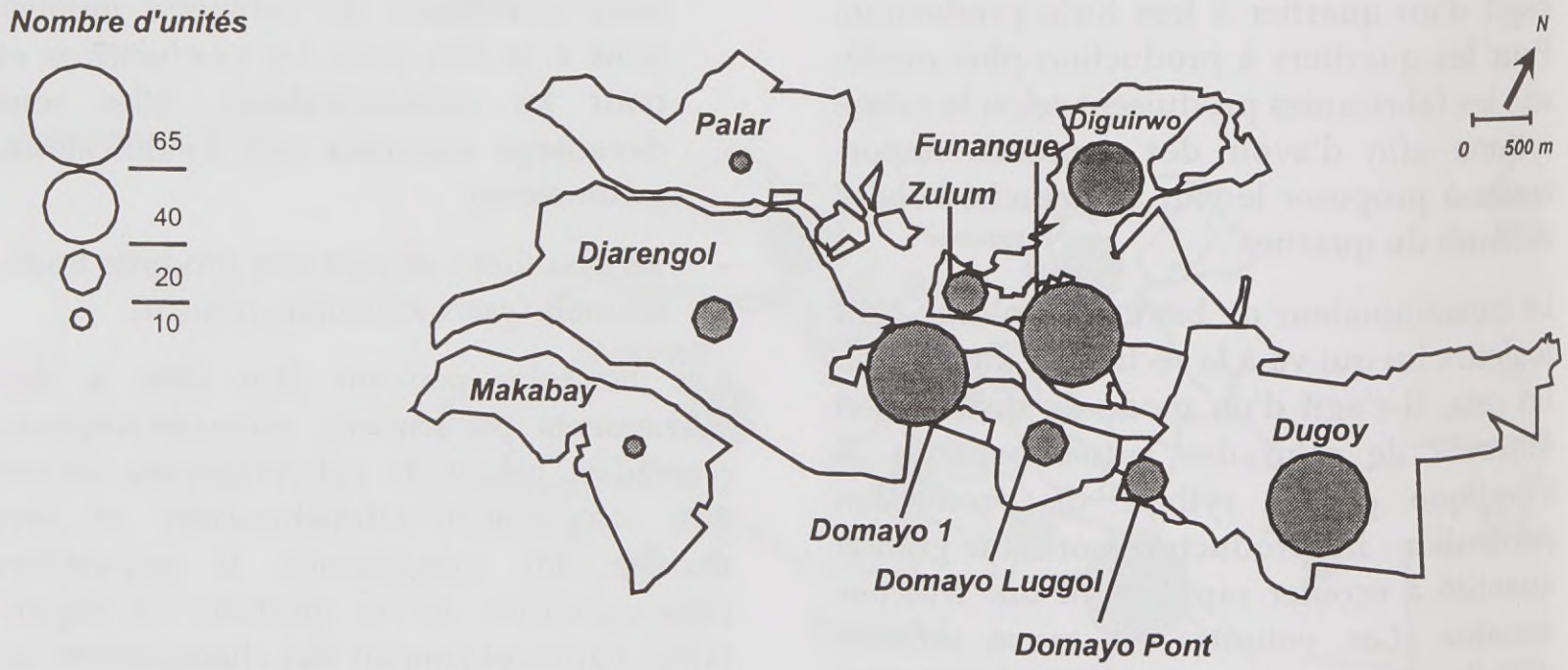


Figure 6. Lieux de vente des entreprises de production de boissons non alcoolisées

- les rafraîchissements traditionnels se vendent surtout au domicile de la productrice. Il s'agit de produits bien considérés, typiquement musulmans, apportés par les Fulbé ou les Hausa, qui sont consommés par la famille à la maison.

Ainsi, si la production de boissons non alcoolisées peut avoir lieu partout, la localisation de la vente est l'objet de toutes les attentions : elle est fonction des produits proposés et de leur pratique de consommation. Or le choix des produits proposés est déterminé par les savoir-faire préalables de la productrice, les équipements dont elle dispose et, enfin, les résultats qu'elle recherche (simple revenu d'appoint ou revenu essentiel).

Lait fermenté et bouillies

Le lait fermenté est un produit particulier puisqu'il ne se consomme pas tel quel : il s'agit d'un produit intermédiaire, utilisé, en particulier, pour la confection des bouillies. Il sera donc acheté par des particuliers ou par des productrices de bouillies. Nous avons estimé à environ 150 le nombre d'entreprises qui commercialisent du lait fermenté à Maroua. La production domestique reste très développée comme pour les boissons traditionnelles.

C'est à Diguirwo que se rencontre le plus de vendeuses de lait fermenté (une cinquantaine) (Figure 7) : le marché des produits vivriers est un lieu essentiel à la commercialisation de ce produit semi-fini. Founangué, quartier du centre musulman, est également bien desservi. En revanche, Djarengol, Domayo Pont, Palar et Makabay, quartiers plus périphériques, avec des marchés parfois peu importants et dont la population est plus rarement musulmane, sont beaucoup moins bien pourvus.

L'approvisionnement familial en lait est souvent le facteur qui explique la création de l'activité. Très généralement, les animaux appartiennent à la famille de la productrice (mari, frères). Si ce n'est pas le cas, elles achètent le lait à des voisins qui ont du bétail. Cette contrainte sur la matière première justifie une localisation souvent périurbaine des productrices. Ce mode d'approvisionnement construit un lien avec le milieu rural proche de la ville : le lait fermenté met en relation les villages autour de Maroua (Godola...) et la ville elle-même.

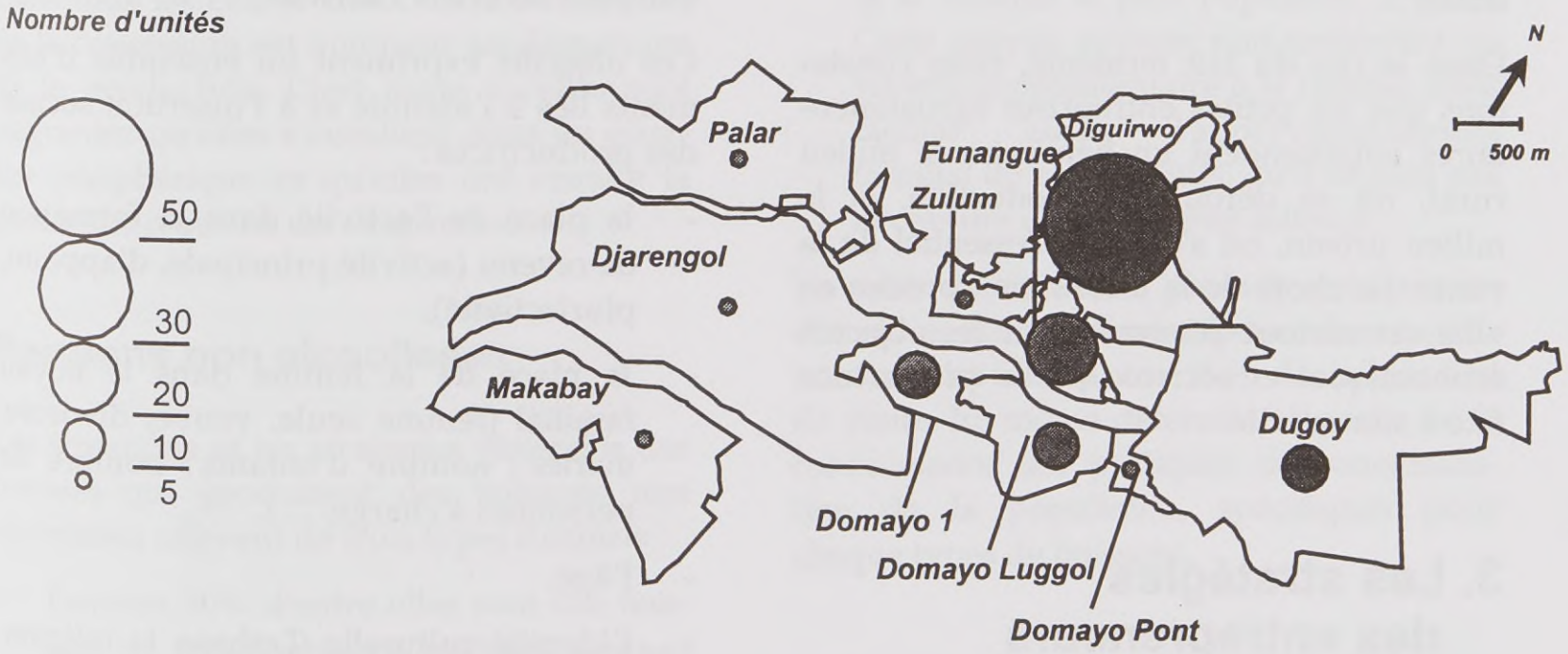


Figure 7. Lieux de vente des entreprises de production de lait fermenté

Ainsi la production se déroule en périphérie, la vente surtout en ville : la commercialisation de lait fermenté demande donc en général de se déplacer. Les productrices circulent uniquement à pied : les contraintes occasionnées par ces modes de vente peuvent être importantes.

Près de la moitié des productrices vendent également chez elles. Si ce mode de vente est le plus confortable, c'est aussi le moins profitable. Tout d'abord, dans les villages ou les quartiers où habitent les productrices, de très nombreuses familles possèdent des vaches et, par conséquent, ont du lait qu'elles transforment : la demande est donc assez faible. De plus, du fait de la concurrence entre elles et, surtout, de la connaissance qu'elles ont des clients éventuels (amis, voisins, ...), les prix pratiqués en vendant à domicile sont nettement plus faibles que ceux qui sont fixés sur les marchés ou en faisant du porte à porte (environ 1/3 moins cher). En général, c'est un mode de vente exceptionnel : on ne peut pas refuser de vendre à un voisin, mais qui est peu recherché.

Quelques femmes n'ont pas le choix et la vente à domicile est leur seul mode de commercialisation. Il s'agit surtout de femmes trop âgées pour se déplacer ou qui ont des enfants en bas âge qu'elles ne peuvent laisser.

Dans le cas du lait fermenté, nous constatons que les petites entreprises agroalimentaires entretiennent un lien entre le milieu rural, où se déroule la production, et le milieu urbain, où s'effectue l'essentiel de la vente. Le choix de la localisation précise en ville est surtout déterminé par les objectifs économiques et sociaux que la productrice fixe à son activité.

3. Les stratégies des entrepreneurs

Les illustrations précédentes nous ont permis d'observer une variété de situations dans la localisation des activités, leur contribution au processus de territorialisation de la ville du fait de leur concentration, des liens qu'elles nouent avec d'autres activités et des relations qu'elles développent avec le milieu rural. Dans la mesure où le choix de la localisation (production et/ou vente) conditionne très fortement la compétitivité des entreprises, il est important de préciser comment les choix stratégiques de l'entrepreneur interviennent dans ce processus (Deshaies, 1994).

De manière générique, une stratégie concerne l'aptitude à coordonner des actions et à manœuvrer par rapport à un objectif déterminé. Dans le cadre d'une entreprise, il s'agit plus précisément de s'adapter à son environnement économique de façon durable, en fonction de l'objectif des diri-geants et en tenant compte de la concurrence. Cela renvoie aux choix des mobiles prioritaires, des objectifs pour l'entreprise et des moyens à mobiliser (produits, marchés, techniques).

Les objectifs prioritaires que poursuit la productrice constituent un élément déterminant des stratégies. Il s'agit souvent d'une amélioration des revenus (principaux ou suite à une diversification), mais la recherche d'indépendance, d'autonomie est souvent essentielle, comme la constitution d'un patrimoine (pour l'entrepreneur ou ses enfants) ; les liens sociaux créés à travers les échanges sont également importants, de même que l'approvisionnement alimentaire que peut favoriser l'activité.

Ces objectifs expriment un ensemble d'éléments liés à l'identité et à l'insertion sociale des productrices :

- la place de l'activité dans la formation de revenu (activité principale, d'appoint, pluriactivité),
- la place de la femme dans le noyau familial (femme seule, veuve, divorcée, mariée ; nombre d'enfants ; nombre de personnes à charge, ...),
- l'âge,
- l'identité culturelle (l'ethnie, la religion, une migration temporaire ou définitive, ...).

Comment, dans les trois secteurs d'activités étudiés, ces éléments interviennent-ils dans la construction des stratégies des productrices et dans la diversité des cas rencontrés ?

Bière de sorgho ou *bilbil*

Nous avons constaté qu'il y avait trois types de productrices de *bilbil* ayant des situations et des stratégies générales différentes :

- 1/4 des productrices sont des femmes d'origine tchadienne, qui vivent sans mari (veuves, divorcées). Elles fabriquent plutôt des quantités moyennes de bière. Cette production constitue un moyen d'être autonomes, mais elles souhaitent surtout diversifier leur activité.

- 1/3 des fabricantes sont des migrantes Mafa et Mofu, venant des montagnes proches de Maroua (Monts Mandara). Elles investissent peu dans cette production, leur principale activité étant l'agriculture qu'elles pratiquent en famille. Leur revenu, quoique marginal, leur apporte une certaine indépendance.

- Toutes les autres productrices sont de grandes brasseuses de bière, originaires des plaines de l'Extrême Nord (Mundang, Tupuri). Elles investissent beaucoup dans cette production, qui est une spécialité reconnue de ces ethnies. Elles apportent ainsi un revenu supplémentaire élevé à leurs familles, pour lesquelles l'agriculture reste cependant essentielle.

Dans tous les cas, le choix de la localisation de la concession est antérieur au démarrage de la production. C'est parce qu'elles sont migrantes qu'elles s'installent dans un quartier périphérique et qu'elles ont ensuite la possibilité d'ouvrir un « cabaret ».

Boissons non alcoolisées

Les situations et les stratégies générales des femmes qui produisent des boissons non alcoolisées relèvent de trois types distincts :

- Environ 30% d'entre elles sont des femmes de fonctionnaires sudistes. Ceux-ci ont vu, depuis la fin des années 80, leur salaire diminuer considérablement et devenir irrégulier. La production de rafraîchissements de type nouveau à Maroua permet à leur épouse de garantir un revenu au ménage. Avec un faible investissement à chaque cycle de production, mais avec un équipement de conservation (réfrigérateur, voire congélateur) sophistiqué, elles peuvent ainsi maintenir en partie leur niveau de vie.

- Environ 40% des productrices sont originaires des environs de Maroua. Elles sont plus âgées, vivent sans mari (veuves, divorcées) et elles proposent des boissons traditionnelles variées, pour lesquelles elles investissent peu. Cette production rapporte peu; mais, avec le petit commerce (cola, sucre, lessive, ...), qu'elles mènent en parallèle, elles sont indépendantes et bénéficient d'un certain capital social (Vuarin, 1994) grâce à leur clientèle d'épouses de musulmans aisés.

- Les dernières productrices sont celles qui investissent le plus dans cette activité et qui en obtiennent les résultats les plus élevés, auxquels s'ajoutent, de surcroît, les bons résultats d'une autre activité dans l'artisanat alimentaire (production de beignets, ...). Il s'agit toujours de femmes islamisées, originaires de la ville et qui en connaissent bien les habitudes de consommation. Elles proposent ainsi les boissons les plus demandées : certains rafraîchissements nouveaux, comme « l'anti-crise », et la bouillie la plus populaire, le *gaari*. Cette activité apporte non seulement un revenu supplémentaire à la famille, mais facilite aussi l'approvisionnement familial de ces produits, qu'il ne sera pas nécessaire d'aller acheter ailleurs.

Le choix de la boisson produite est fonction des savoir-faire et des équipements auxquels ont accès les fabricantes ; il en découle le lieu de vente, lui même déterminé à partir de la connaissance des pratiques de consommation de la population, spécifiques pour chaque types de boissons.

Lait fermenté

Nous avons observé deux types de productrices de lait fermenté :

- Des femmes Giziga (environ 1/3 des productrices) qui vendent leurs produits au domicile des consommateurs, essen-

tiellement à Founangué et à Dougoy, deux quartiers très musulmans. On y trouve des épouses de musulmans aisés, qui recherchent ces produits et qui, par ailleurs, ne peuvent généralement pas se rendre sur les marchés : elles apprécient ainsi que les vendeuses viennent jusque chez elles, moins pour l'approvisionnement en tant que tel que pour les réseaux sociaux qu'elles entretiennent ainsi.

Elles produisent des quantités très importantes, parfois même achètent du lait et elles obtiennent de bons résultats économiques, qui leur permettent de compléter le revenu familial et de développer leur capital social grâce à une clientèle fidèle et aisée.

- La plupart des productrices (environ les 2/3) sont des Fulbé, vendant surtout sur les marchés et notamment sur les plus importants d'entre eux à Diguirwo et à Domayo. Mais il s'agit d'une activité de faible envergure : souvent, seuls les surplus non consommés par la famille sont mis en vente. Cette production représente une activité parmi d'autres que mènent ces femmes. Elle permet d'apporter un supplément de revenu à la famille et d'entretenir des relations avec les autres productrices qui sont rencontrées sur les marchés.

Ainsi nous constatons que, selon ce qu'elles recherchent : une simple activité d'appoint ou un apport conséquent de revenu, et les relations qu'elles préfèrent nouer et entretenir : avec d'autres productrices ou avec une clientèle aisée, les productrices choisissent des lieux de vente différents, qui ne leur apportent pas les mêmes résultats, mais qui ne leur demandent pas les mêmes efforts non plus.

Discussion

Nous avons constaté que les petites entreprises agroalimentaires participent à l'organisation de la ville de Maroua de diverses façons:

- *Rôle de marqueur social* : certaines activités, comme la production de bière de sorgho, ont des caractéristiques sociales et culturelles si fortes qu'elles constituent de véritables marqueurs de l'identité des quartiers. D'autres activités se contentent de renforcer leurs caractéristiques. Il s'agit, par exemple, des boissons non alcoolisées, qui par leur présence, renforcent le caractère attractif des « quartiers d'affaire » (la zone située à l'est de la ville, où se situent notamment les banques, les commerces importants, ...) ou des quartiers connus pour le divertissement.
- *Rôle de structuration de l'espace urbain* : d'autres activités peuvent remplir des fonctions de structuration dans l'aménagement de la ville, c'est le cas lorsque l'entreprise répond à des besoins fondamentaux autour desquels d'autres activités s'organisent. Par exemple, l'installation d'une unité de transformation de céréales est structurante dans la constitution d'un quartier. L'installation d'un moulin constitue presque un certificat de naissance pour celui-ci.
- *Rôle de lien entre ville et campagne* : liens sociaux et culturels qui permettent le développement de liens économiques, la circulation de biens, de personnes et d'argent entre la ville et la campagne. Nous l'avons constaté pour le lait fermenté : un « Circuit » Giziga ou Fulbé qui alimente la ville en lait en provenance de son environnement rural proche. La production de feuilles séchées (base indispensable des sauces que l'on retrouve en permanence dans la cuisine du Nord-Cameroun) constitue un autre exemple, à plus longue distance encore.

Nous nous interrogeons en retour sur la manière dont l'aménagement de l'espace urbain peut être un facteur catalyseur des processus d'innovation dans les activités agroalimentaires concentrées en ville. Pour illustrer les interactions entre le développement des activités et l'aménagement de l'espace, citons quelques exemples concernant les différents types de quartier :

- Dans les quartiers périphériques, un élément essentiel serait d'améliorer les

équipements. Au sein de ces quartiers, l'amélioration de la voirie, de l'adduction d'eau, etc., faciliterait le travail des entrepreneurs agroalimentaires dont les activités demandent toujours des quantités d'eau considérables. Des formes de coordination entre les productrices seraient nécessaires à établir, pour gérer une ressource rare en ville. Dans la mesure où il n'y a pas de transport en commun et peu de taxis, le développement et l'entretien des infrastructures de transport reliant ces quartiers au centre ville (où se trouvent notamment le grand marché et les consommateurs les plus aisés) favoriserait la distribution des produits, comme les boissons non alcoolisées. Ceci pourrait aider à l'émergence de formes d'organisation entre productrices, soit pour la commercialisation des produits, soit pour l'approvisionnement en matières premières.

- Dans les quartiers du centre, mieux pourvus en équipements, il s'agirait surtout d'aménager des zones d'accueil, couvertes, pour ces activités, là où elles sont les plus nombreuses : à la gare routière, devant l'hippodrome, les usines. L'expérience montre que l'aménagement d'espaces destinés à la restauration constitue un facteur de poids pour le développement des zones concernées. Une concentration importante de restaurants populaires entraîne la mise en place de règles et de formes de coordination pour l'utilisation de ces espaces, ce qui attire la clientèle et par voie de conséquence suscite l'installation d'activités associées. Productrices de boissons non alcoolisées ou de bouillies bénéficieraient de cette dynamique. De façon générale, le lien avec le milieu rural environnant peut être amélioré à travers l'organisation de marchés de quartier pour faciliter l'approvisionnement des productrices en matières premières

Ces observations nous conduisent à tirer des leçons sur deux plans :

a) *Au plan des enjeux :* l'inscription territoriale des activités agroalimentaires urbaines.

Nous montrons l'intérêt d'appréhender la ville comme un assemblage de territoires spécifiques, avec une organisation complexe, liée notamment à son évolution historique, et non comme une agglomération plus ou moins amorphe ou une juxtaposition de quartiers indépendants. L'existence de zones d'activités urbaines spécialisées tant dans le domaine de la transformation de produits, que de la commercialisation ou de la restauration, acquiert une importance particulière. Ces « SYAL dans la ville » ont en effet un rôle stratégique dans les interactions entre les dynamiques rurales et les dynamiques urbaines (ou périurbaines). A l'avenir, l'intérêt pour ce type d'organisation productive ne peut que s'accentuer dans un contexte où l'articulation entre le développement local et la «sphère globale » devient un enjeu de société. Dans ce contexte, la préoccupation des consommateurs pour la qualité de leur nourriture prend une nouvelle dimension. Qualité perçue tant sur le plan hygiénique que sur le plan symbolique, à travers les repères d'identité et d'appartenance, sociale et culturelle, que la nourriture porte. Ces zones d'activités urbaines spécialisées peuvent alors, de par la densité d'interactions entre les acteurs qui y opèrent, constituer un lieu privilégié pour les processus d'innovation concernant l'émergence de petites entreprises agroalimentaires, la qualité des produits élaborés et les savoirs mobilisés pour leur mise en œuvre.

Identifier le sens de l'organisation urbaine et comprendre la répartition spatiale des activités agroalimentaires constituent donc un enjeu de taille pour la recherche agronomique et agroalimentaire.

b) Au plan de la démarche : localisation des activités, stratégies des entrepreneurs et processus d'innovation.

L'innovation est un processus complexe dont une des facettes est liée à la territorialisation de l'activité (Courlet & Pecqueur, 1992 ; Rallet, 1993). Les diverses modalités de coordination entre acteurs pour construire des règles d'occupation et d'aménagement des espaces urbains peuvent ainsi constituer un facteur dynamisant des formes d'action collective. Comme nous l'avons

constaté, le type d'activité conditionne fortement les modalités d'occupation de l'espace du point de vue technique, organisationnel et culturel. Le type d'activité apparaît donc comme une entrée pertinente pour aborder l'étude de zones de production urbaine spécialisées. L'analyse de l'activité englobe à la fois la prise en compte des produits, des savoirs et des techniques, celle des divers types de stratégies des entrepreneurs (intégrant les facteurs techniques, organisationnels et culturels dans la poursuite de leurs objectifs) et enfin celle des formes de coordination entre acteurs, notamment des organisations par métier.

Nous avons montré comment la lecture spatiale des activités peut être révélatrice des stratégies des acteurs, de leurs règles tacites ou explicites. Une nouvelle étape reste à franchir dans la recherche de pertinence de la démarche : inscrire la dynamique de ces activités dans les dynamiques locales, car c'est dans la forte imbrication entre l' « acteur professionnel » et l'«acteur social » que se décident et se régulent les processus d'innovation.

Bibliographie

Blanc-Pamard C., Quinty-Bourgeois L., 1999. Introduction . *In* : Bonnemaison J. ; Cambrezy L.; Quinty-Bourgeois L. (Eds), 1999. *Les territoires de l'identité*. Paris, L'Harmattan.

Boutrais J. *et al.*, 1984. *Le Nord-Cameroun : des hommes, une région*. Paris, ORSTOM, 551 p.

Courlet C., Pecqueur B., 1992. Les systèmes industriels localisés en France : un nouveau modèle de développement. *In* : Benko G., Lipietz A. (Eds). *Les régions qui gagnent*, Paris, PUF, pp. 81-102.

Deshaies L., 1994. Répartition et localisation. *In* : GREPME (Ed). *Les PME : bilan et perspectives*. Paris, Economica : 97-132.

Gubry P., 1992. *Maroua : du village à la ville*. Doc. ronéoté, 20 pages.

Iyebi-Mandjek O., 1992. *La restauration populaire à Maroua (nord du Cameroun) : une adaptation à la dégradation des conditions économiques*. Document ronéoté, Maroua, 5 pages.

Lopez E., 1996. *Organisation et stratégies des petites entreprises agro-alimentaires à Maroua (Nord-Cameroun)*. Thèse de géographie, Université Paris X-Nanterre, 371 pages + ann.

Lopez E., Muchnik J. (eds), 1997. *Petites entreprises et grands enjeux : le développement agroalimentaire local*, L'Harmattan, Paris, 2 tomes, 716 pages.

Paba Salé M., 1980. *Maroua, aspect de la croissance d'une ville du Nord-Cameroun des années 50 à nos jours*. Thèse de géographie, Université de Bordeaux, 304 pages.

Pelletier J., Delfante C., 1994. *Villes et urbanisme dans le monde*. Paris, Masson, 200 pages.

Pontié G., 1979. La contestation par la migration : le cas des Giziga du Nord-Cameroun. *Cahiers ORSTOM, Série Sciences Humaines*, XVI (1-2) : 111-127.

Rallet A., 1993. Choix de proximité et processus d'innovation technologique, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3 : 366-386.

Sautter G., 1981. Réflexions sur les 'petites villes' dans les pays en voie de développement. *Travaux et documents de géographie tropicale*, 45 : 395-420.

Seignobos C., 1976. La bière de mil dans le Nord-Cameroun : un phénomène de mini-économie. *Recherches sur l'approvisionnement des villes et la croissance urbaine dans les pays tropicaux*, mémoire du CEGET-CNRS, 39 pages.

Seignobos C., Iyebi-Mandjek O., 2000. *Atlas de la province de l'Extrême Nord-Cameroun*, IRD-INC, Paris, 172 pages.

Tourneux H., Iyebi-Mandjek O., 1994. *L'école dans une petite ville africaine (Maroua, Cameroun)*. Paris, Karthala, 330 pages.

Vuarin R., 1994. L'argent et l'entregent. *Cahiers des Sciences Humaines*, 30 (1-2) : 255-273.

Glossaire

selon Tourneux & Iyebi-Mandjeck (1994) et Seignobos & Iyebi-Mandjek (2000).

alhaji : négociant musulman.

almé : boisson rafraîchissante traditionnelle à base de citronnelle, tamarin, clou de girofle..., infusés et sucrés.

bilbil : bière de sorgho.

Bornouan : ethnie musulmane.

Fulbé : pluriel de Peul en fufuldé (langue Peul).

gaari : bouillie très populaire confectionnée à base de riz, de lait fermenté et de pâte d'arachide.

Giziga : ethnie du Nord-Cameroun.

Hausa : ethnie musulmane.

Kaygamma : autorité et représentant des affranchis Fulbé.

Lamido : sultan.

Mafa : ethnie du Nord-Cameroun, surtout présente dans les Monts Mandara.

Mofu : ethnie du Nord-Cameroun, très présente dans les Monts Mandara.

Mundang : ethnie du Nord-Cameroun, surtout présente dans les plaines du Logone, à l'est de Maroua.

nbusiri : bouillie confectionnée à partir de sorgho, de lait et de pâte d'arachide, le plus souvent.

ndiyam follere : rafraîchissement obtenu par la macération des pétales séchés de folleré.

Peul : peuple d'Afrique Occidentale, encore plus ou moins nomade.

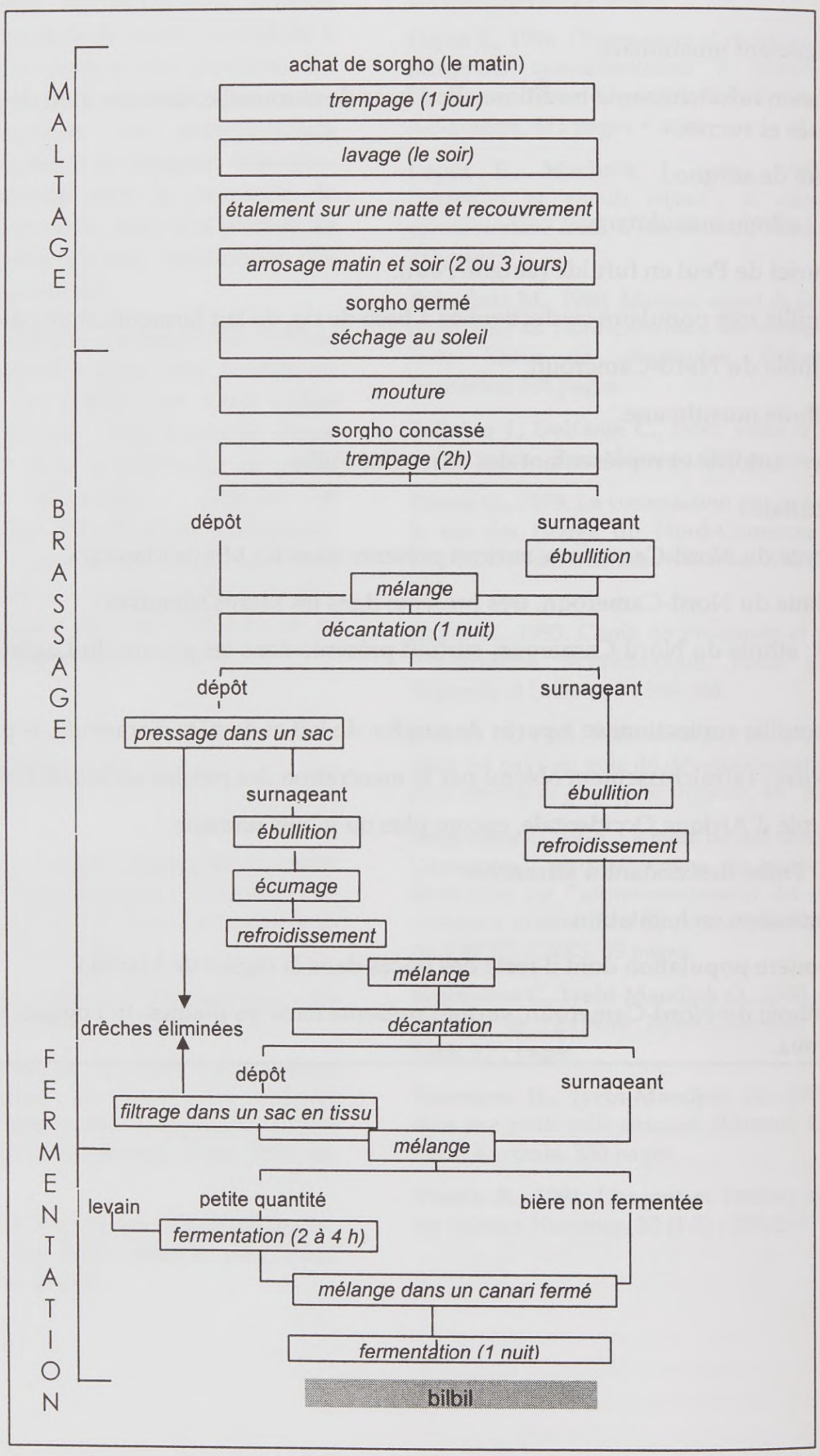
riimay'be : Fulbé descendant d'affranchis

saaré : concession en habitation.

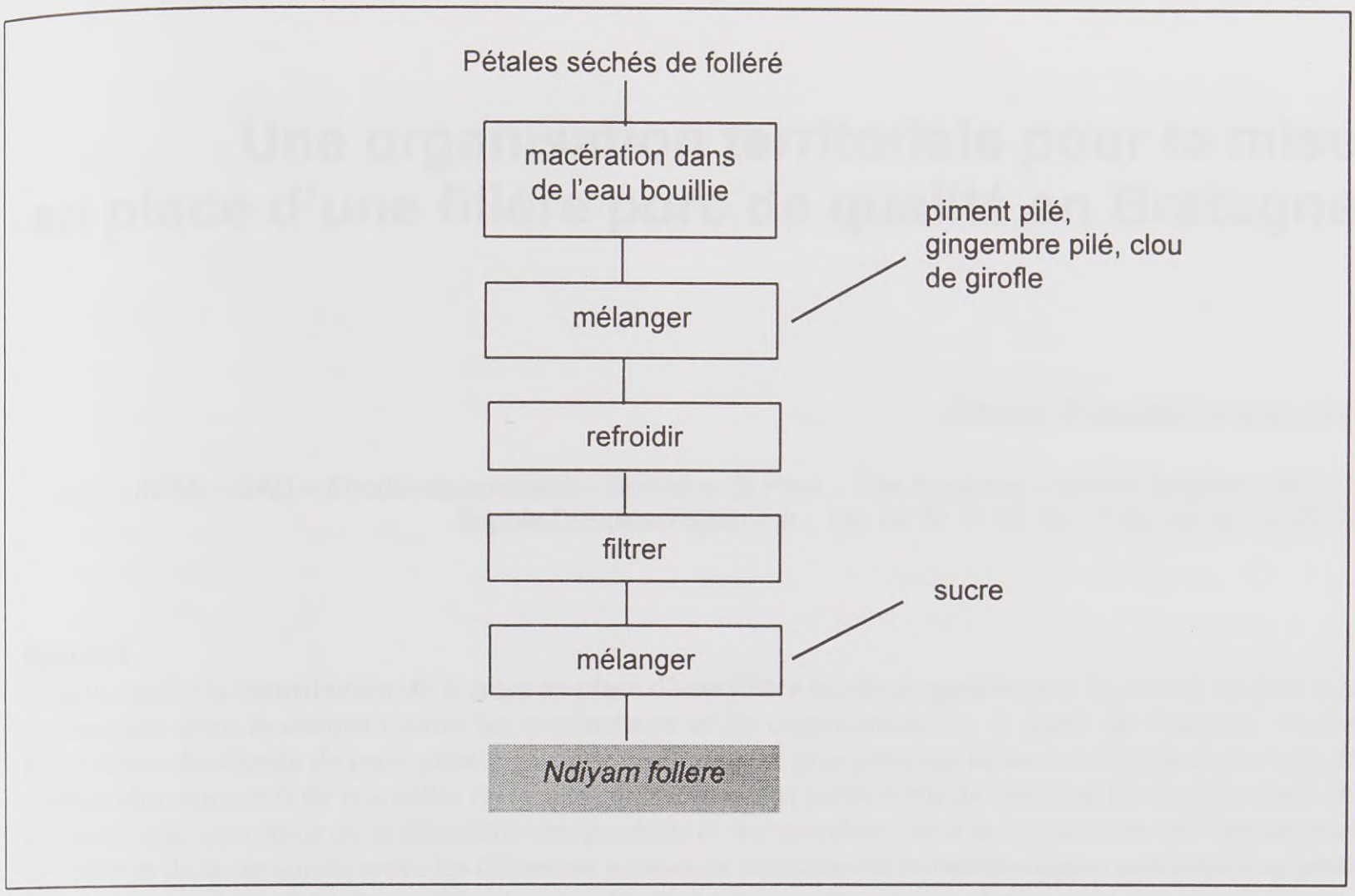
Saw : première population dont il reste des traces dans la région de Maroua.

Tupuri : ethnie du Nord-Cameroun, surtout présente dans les plaines du Logone, à l'est de Maroua.

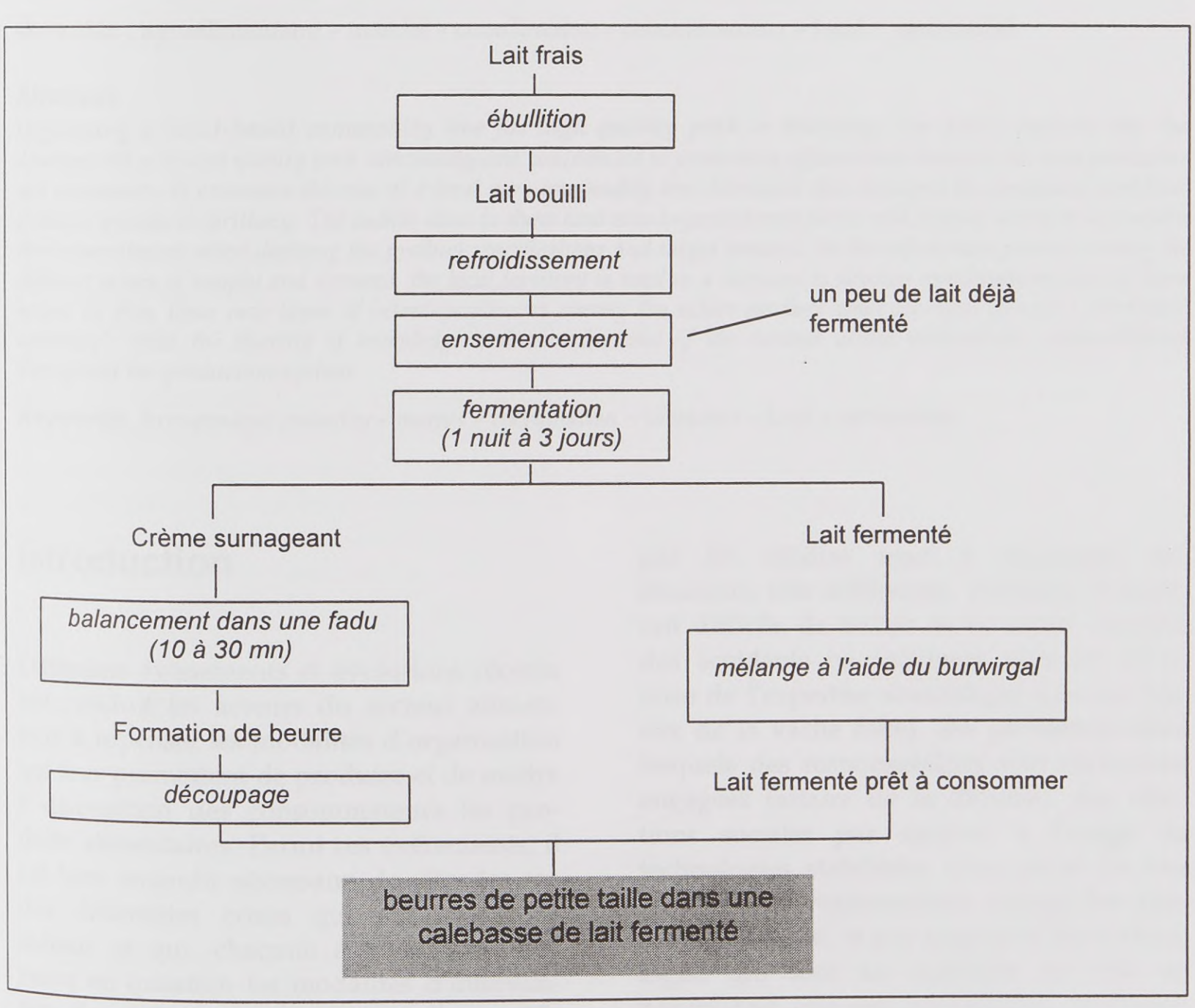
Annexes



Procédé de production de bière de sorgho, le *bilbil*



Procédé de production d'une boisson non alcoolisée, le *ndiyam follere*



Procédé de production du lait fermenté

Etud. Rech. Syst. Agraires Dév., 2001, 32 : 165-176

Une organisation territoriale pour la mise en place d'une filière porc de qualité en Bretagne

Sophie DUBUISSON-QUELLIER

INRA – SAD – Ecodéveloppement – Domaine St Paul – Site Agroparc – 84914 Avignon cedex 9
Sophie.Dubuisson@emn.fr - Tél. 04 32 72 20 00 – Fax. 04 32 72 25 62

Résumé

L'article étudie la contribution de la mise en place d'une filière locale de qualité pour la viande de porc à la construction d'un ajustement entre les producteurs et les consommateurs. A partir de l'examen du cas d'une filière de viande de porc pilotée par des entreprises et groupements locaux en Bretagne, il s'agit de comprendre comment de nouvelles formes organisationnelles permettent de redéfinir les engagements de différents acteurs autour de la définition des produits et des marchés. Dans la construction de l'ajustement de l'offre et de la demande entre les différents acteurs, le territoire est mobilisé comme une ressource pour la mise en place des dispositifs de coordination entre ces acteurs. Enfin, ces nouvelles formes d'interdépendances entre les acteurs produisent ce que nous avons appelé une « solidarité technique » dans la mesure où le partage des contributions et des savoirs des différents acteurs redistribue les responsabilités tout au long de la filière.

Mots-clés : agroalimentaire – marché – coordination – consommateur – local – partenariat

Abstract

Organising a local-based commodity line for high quality pork in Brittany. *The article explores how the development of a local quality pork commodity line contributed to promoting adjustments between the pork producers and consumers. It examines the case of a local pork commodity line developed and managed by companies and local producer groups in Brittany. The author aims to show how new organisational forms will compel actors to reconsider their commitment when defining the product specifications and target markets. In the adjustment process among the different actors of supply and demand, the local territory is used as a resource to develop coordinations among these actors. In fine, these new types of interdependencies among the actors produce what we have termed a "technical solidarity" since the sharing of knowledge and contributions of the various actors redistribute responsibilities throughout the production system.*

Keywords: *farm-produce industry – market – coordination – consumer – local – partnership*

Introduction

Différents événements et évolutions récents ont conduit les acteurs du secteur alimentaire à repenser les modalités d'organisation qui leur permettent de produire et de mettre à disposition des consommateurs les produits alimentaires. Parmi ces événements, il est bien entendu nécessaire de citer les cas des différentes crises qui ont secoué le secteur et qui, chacune à leur façon, ont remis en question les modalités d'intervention des différents acteurs dans l'ensemble du processus. Le traitement qui en est fait par les médias tend à regrouper des situations très différentes. Pourtant, il apparaît difficile de traiter de la même manière des accidents ou incidents relevant d'une crise de l'expertise scientifique (cas du dossier de la vache folle), des problèmes dans lesquels des responsabilités sont clairement engagées (affaire de la dioxine), des réactions sociales par rapport à l'usage de technologies stabilisées d'un point de vue technique et réglementaire (usage des procédés ionisants) et par rapport à des technologies qui sont au contraire en voie de négociation (cas des organismes génétiquement modifiés). Si l'on prend le soin de ne

pas considérer pêle-mêle ces différents dossiers, pour, au contraire, suivre les formes d'engagement des acteurs dans la définition des produits et des modes de production qu'ils permettent chacun de pointer, on voit alors que les acteurs qui interviennent (des producteurs aux consommateurs, en passant par les dis-tributeurs, les transformateurs, les experts, les prescripteurs et autres médiateurs) sont nombreux, que leurs formes d'intervention sont plurielles et que probablement les partages classiques entre acteurs de l'offre et acteurs de la demande[1] ou encore entre experts et non experts[2] ne sont pas toujours pertinents. Ces débats soulignent la problématique de coordination qui est en jeu : il s'agit bien de comprendre quelles sont les formes de coordination qui associent des producteurs, des commerçants et des consommateurs autour de programmes d'action permettant de définir des produits, de les vendre et de les consommer. Dans le cadre de cette problématique, nous nous attacherons à suivre les conditions d'un ajustement, entre les différents acteurs, de l'offre et de la demande autour de produits alimentaires, en analysant une forme d'organisation particulière : une filière qualité localisée pour la viande de porc.

Dans la première partie de cette contribution, nous examinerons la manière dont des nouvelles formes de coordination localisées entre les acteurs du secteur alimentaire se présentent comme des moyens de redéfinition des relations avec le marché. Dans la seconde partie, à partir du cas de la mise en place d'une filière qualité pour la viande de porc bretonne, nous analyserons ce que produit la filière en termes d'ajustement au sein du collectif ainsi formé.

1. La mise en place de réseaux comme réponse organisationnelle au problème de la coordination des acteurs locaux

Les évolutions qui marquent aujourd'hui le secteur alimentaire ont des origines assez variées. Certaines, comme nous l'avons dit plus haut, renvoient à des crises ou des débats qui se traduisent par la mise en cause des responsabilités de certains acteurs (Joly *et al.*, 1998), d'autres sont plutôt liées aux caractéristiques socio-économiques marquant le contexte concurrentiel dans lequel les acteurs interviennent. Ainsi peut-on mentionner le contexte de saturation des marchés qui conduit à une concentration des acteurs de la distribution et à leur développement vers l'international. Cela se manifeste par une pression exercée sur les industriels qui doivent alors s'adapter en choisissant entre une stratégie par les coûts, leur permettant de s'adapter aux volumes, et une stratégie de différenciation leur permettant de répondre à une demande de plus en plus segmentée. Quelles qu'en soient les causes, ces évolutions se traduisent par une volonté manifestée par les acteurs économiques, de redéfinir les modalités d'ajustement au marché. De nombreux travaux ont exploré les démarches dans lesquelles se sont engagés certains acteurs, industriels notamment, mais également en amont, agriculteurs et éleveurs, et en aval distributeurs, pour redéfinir collectivement des règles pour la coordination. Ainsi, les différents dispositifs certifiant la qualité des produits et/ou des pratiques (Sylvander, 1997, Nicolas & Valceschini, 1995) agissent comme des règles collectives (Eymard-Duvernay, 1994) qui, tout à la fois, doivent servir de référence pour la coordination entre acteurs de l'offre et de moyens de réassurance à l'endroit des consommateurs. C'est le cas des différentes appellations, labels, certifications (Sylvander, 1995) qui visent à résoudre les problèmes d'incertitude sur la qualité des biens posés par le marché, en signalant le principe d'une offre singularisée - le label agit alors comme un signal de

[1] Pour ne citer que cet exemple, les distributeurs ou les associations de consommateurs interviennent à la fois comme des acteurs de l'offre et de la demande.

[2] L'expertise n'épuise pas la légitimité de chacun des acteurs à prendre part aux débats sur les choix scientifiques, techniques, politiques et économiques. Sur ce point voir les travaux très stimulants d'E. Rémy (Rémy, 1997).

qualité - et certifiée, la confiance se déplace alors du produit vers des dispositifs collectifs détachés des personnes (cahiers des charges, contrôle par des organismes certificateurs tiers). En suivant L. Karpik (1996), on peut alors parler de dispositifs de jugement fondés sur une confiance impersonnelle. De fait, certains acteurs de l'offre ont cherché à jouer la stratégie de la différenciation en segmentant la demande et en proposant des produits dont la qualité était ainsi signalée (Label Rouge, AOC, marques collectives).

Cette tendance s'est largement renforcée à la suite des crises alimentaires les plus récentes, donnant lieu à une multiplication des signaux de qualité sur les marchés. On peut mentionner par exemple, les réactions de l'Interprofession à la crise de la vache folle à travers le lancement successif de deux marques collectives, « Viande Bovine Française » et « Critères Qualité Contrôlés » garantissant à la fois l'origine française des produits et le respect d'une norme française. Ces deux démarches cherchent à déplacer la construction de la confiance depuis le produit lui-même vers le système généralisé d'identification permanente des bovins mis en place depuis 1978 et permettant de créer les conditions d'une traçabilité des produits vendus.

On assiste actuellement à la mise en œuvre de nouvelles modalités d'organisation des relations entre les acteurs, qui ne cherchent plus nécessairement à se baser uniquement sur ces dispositifs fondant une confiance impersonnelle. La particularité de ces tentatives est d'attacher au local ou au territoire le principe de fonctionnement de la coordination entre les différents acteurs.

Dans cette partie, nous suivrons plusieurs démarches mises en œuvre par des acteurs dans l'objectif de créer les conditions d'un marché local. Ces actions relèvent, comme on pourra le voir à travers les exemples cités, de faits et de réalités très différents. Nous les avons cependant analysées avec la même grille de lecture afin de souligner ce qui est finalement en jeu dans le cadre de la construction d'un marché local. Il apparaît en effet que ce qui demeure commun dans ces situations, est bien le développement ou l'association de ressources pour la coordination qui sont locales et attachées au territoire, qu'il s'agisse d'un réseau, de pratiques, de savoirs, de techniques, de produits, de matières, ou de modes de consommation.

1.1. Construction de marchés locaux par des acteurs de l'amont

Il est intéressant de voir que ces démarches relèvent indifféremment d'initiatives d'agriculteurs, d'éleveurs, de transformateurs ou de distributeurs. Citons, par exemple, le cas de ces expériences innovantes en matière d'articulation entre pratiques d'élevages et politiques d'aménagement du territoire étudiées par l'Institut de l'Elevage (Guillaumin *et al.*, 1998). Des éleveurs de viande bovine des Pyrénées Orientales, en butte à des difficultés conditionnant la viabilité de leur exploitation, ont entamé une réflexion sur la valorisation de la viande issue de troupeaux allaitants rustiques (races Gasconne et Aubrac). La démarche débouche sur un projet permettant aux éleveurs de commercialiser localement leurs meilleures femelles de six mois à la descente de l'estive. Une association est créée et une dénomination, « Rosée des Pyrénées », protégée par un dépôt auprès de l'INPI (Institut Nationale de la Propriété Industrielle). Le cahier des charges définissant l'appellation spécifie à la fois les méthodes de production (croisement entre race rustique et race charolaise, un mois d'estive minimum, nourries à l'herbe exclusivement) et les méthodes de commercialisation (distribution en boucherie traditionnelle, restaurant et vente directe). La production et la vente sont supportées par des démarches d'amélioration de la qualité des produits (augmentation du pourcentage d'animaux sélectionnés dans chaque exploitation, gestion des plans de pâturage des estives pour permettre l'engraissement des animaux) et également par des démarches de communication. Ainsi, l'association organise de la publicité sur les lieux de vente, des campagnes de presse, des ballades en estive, des visites des élevages, des déjeuners chez les éleveurs et des animations avec les restaurateurs et les bouchers.

L'expérience se présente comme la construction d'un marché local : le territoire fournit

les ressources identitaires nécessaires à l'ajustement entre une production locale et des pratiques de consommation et de vente locales. Les limites mêmes du produit créent les conditions de cet ancrage dans le local : la viande est de couleur rosée, ce qui est peu habituel pour les consommateurs, le produit est saisonnier et il a une faible teneur en graisse, ce qui limite sa conservation. Ces différentes caractéristiques représentent autant d'éléments empêchant une extension géographique du marché. Pourtant, le produit est également vendu en région parisienne par correspondance, et il s'adresse aussi à un marché de consommateurs, touristes dans la région. Cependant, l'organisation même de la production et de la vente reste fondée sur le territoire ; le produit devient alors un médiateur entre les consommateurs et un territoire en voie d'aménagement (aménagement de la montagne et des estives). A la différence des signes de qualité mentionnés plus haut, les dispositifs de jugement fonctionnant dans l'échange sont fondés sur une confiance interpersonnelle basée sur le réseau local d'éleveurs, de bouchers et de restaurateurs associés à cette démarche. Le cahier des charges, comme dans d'autres expériences de construction de marché local[3], fonctionne comme dispositif de coordination entre les acteurs du réseau (de Sainte Marie *et al.*, 1995).

1.2. Stratégies des distributeurs et des transformateurs : les ressources locales comme dispositifs de coordination

Certains distributeurs ont également cherché à faire du territoire une ressource pour redéfinir leur relation au marché. On peut replacer ces démarches dans le contexte de la crise de la vache folle, dont l'une des conséquences est d'avoir construit une nouvelle catégorie de repères pour le jugement des consommateurs à travers la notion d'origine. En effet, l'embargo sur la viande bovine britannique a amené les différents commerçants à préciser l'origine des produits qu'ils vendaient. Ce faisant, ils ont réhabilité cette notion comme une caution sur la qualité des produits. Certaines enseignes ont alors utilisé cette occasion pour construire des stratégies de réassurance des consommateurs autour de dispositifs sur les lieux de vente permettant aux consommateurs de remonter jusqu'au nom de l'éleveur : tableaux, étiquettes, ou même borne interactive. Cependant, là aussi ce sont les techniques de traçabilité qui rassurent, plus que le nom de l'éleveur ou celui du distributeur. En revanche, la construction de filières, dites « Filières Qualité », mises en œuvre par certaines enseignes, relève d'autres principes de coordination qui cherchent à fonder l'ajustement entre le consommateur et le produit sur des formes relationnelles nouvelles entre les acteurs économiques (Sans & de Fonguyon, 1999) et sur des ressources liées au territoire. Ainsi, la Filière Qualité « Race Normande » de Carrefour associe des éleveurs de vaches normandes, un abattoir et l'enseigne pour la fourniture de la totalité des besoins de tous les magasins situés dans un bassin de production donné. Etendu à d'autres races bovines, le principe de fonctionnement de la filière reste celui d'une association entre un bassin et une race. Un cahier des charges fournit un référentiel technique aux différents partenaires, en spécifiant les caractéristiques des animaux choisis, le système de production ainsi que le traitement subi par la viande au cours du process de transformation. Les éleveurs s'engagent à suivre ce cahier des charges. En contrepartie, le distributeur s'engage à acheter des bêtes entières à un prix supérieur au marché. Une campagne de communication importante supporte la vente des produits. Conçue comme un dispositif d'ajustement entre les produits et les consommateurs, elle retraduit pour ces derniers les caractéristiques d'élevage (races, âges, engraissement, région d'élevage) ou de production (temps de maturation) en caractéristiques de recherche et d'identification des produits (tendreté de la viande, saveur, utilisation). L'enseigne recrée ainsi les conditions de fonctionnement d'un marché local, en élaborant une

[3] L'usage de l'expression « marché local » ne signifie pas que les consommateurs sont exclusivement des gens de la région ; il peut y avoir une exportation des produits en dehors de la région, ou une consommation touristique. L'idée d'un marché local renvoie plutôt au principe selon lequel les ressources permettant le fonctionnement de la coordination sont, elles, locales (réseau, pratiques, savoirs, techniques, produits).

relation particulière entre des acteurs de l'offre, des ressources et des consommateurs locaux.

Ce type d'organisation en réseau se retrouve également à travers les démarches entreprises cette fois par des transformateurs qui cherchent, eux aussi, à baser l'ajustement entre les produits et les consommateurs sur des ressources territoriales. Cette stratégie est notamment adoptée par quelques PME du secteur alimentaire qui veulent construire l'identité de leurs produits autour d'une origine territoriale. Les gestionnaires appellent ces entreprises des « PME de terroir » (Rastoin & Vissac-Charles, 1999). Ces stratégies, cependant, diffèrent d'autres démarches, adoptées plutôt par les grands groupes industriels de l'alimentaire qui mettent sur le marché des produits vantant une origine territoriale par le biais d'une marque, d'une appellation ou d'une recette régionale. Au contraire, les PME passent par la construction d'un réseau d'acteurs s'engageant à respecter des règles d'approvisionnement des matières premières, à produire dans de petites unités des produits de qualité spécifique, selon un cahier des charges portant sur le produit et sur le process. Les ressources fondant l'identité du produit, et en retour de l'entreprise, sont locales (histoire et territoire régionaux) ; elles supportent à la fois la fabrication (savoir-faire technique, méthodes traditionnelles de la région), et la commercialisation (publicité sur le lieu de vente, articulation avec des activités touristiques). Ces PME fondent alors leur rente sur la construction d'un réseau local de production et de consommation, qu'une grande entreprise ne pourrait exploiter sans mettre à mal les principes de la production de petits volumes dans de petites unités, à partir de matières premières sélectionnées chez des fournisseurs identifiés. Comme le soulignent J-L. Rastoin et V. Vissac-Charles, ces principes constituent de véritables barrières à l'entrée pour les grands groupes industriels sur ce segment stratégique.

La construction de ces réseaux d'acteurs locaux permet donc d'établir de nouvelles formes d'ajustement entre les produits et les marchés. Les dispositifs de jugement qui permettent aux acteurs de l'offre et de la demande de s'ajuster, ne sont pas seulement fondés sur un confiance impersonnelle. Il apparaît alors que l'une des dynamiques de ces marchés localisés réside bien, non pas dans la mobilisation d'une confiance interpersonnelle là où fonctionnait jusque là une confiance impersonnelle, mais plutôt dans l'articulation de ces deux formes de confiance. Au départ, les règles et les cahiers des charges sont rédigés et fixés dans le cadre d'interactions fondant la coordination d'acteurs qui se connaissent, puis une fois définis, ces dispositifs de coordination fonctionnent comme des repères pour une confiance qui n'est plus fondée sur la connaissance des personnes. Une fois détachée des personnes et des contextes, elle redevient impersonnelle. La confiance interpersonnelle devient la condition de création et d'existence de la confiance impersonnelle.

Le territoire, l'ancrage dans le local, les principes de coordination du réseau (règles et cahier des charges) deviennent ainsi à la fois des ressources pour produire et des ressources pour le jugement. Afin de souligner le rôle du territoire comme ressource pour la coordination, nous nous intéresserons, dans la seconde partie, au cas particulier d'une filière qualité pour la viande de porc afin de saisir ce que produisent ces modes de coordination sur le marché.

2. La filière comme dynamique d'attachement des consommateurs

C'est en faisant le constat que « le prestige d'une marque, réputée pour sa saveur ou sa qualité ne suffit plus » qu'un industriel de la salaison-charcuterie a entrepris, en 1996, le montage d'une filière pour la viande de porc dans sa région[4].

[4] Nous avons reconstitué les éléments du montage de la filière, à partir des différents documents auxquels il a donné lieu, et à partir d'entretiens conduits auprès des principaux protagonistes. Nous avons notamment utilisé à la fois des documents techniques et des documents marketing permettant de retraduire des objectifs techniques en termes de relations au marché. Le terrain a été réalisé selon la méthode classique de la monographie. Les acteurs ont été interviewés lorsqu'ils étaient désignés et identifiés par d'autres acteurs, en vertu du principe méthodologique selon lequel les acteurs doivent être suivis.

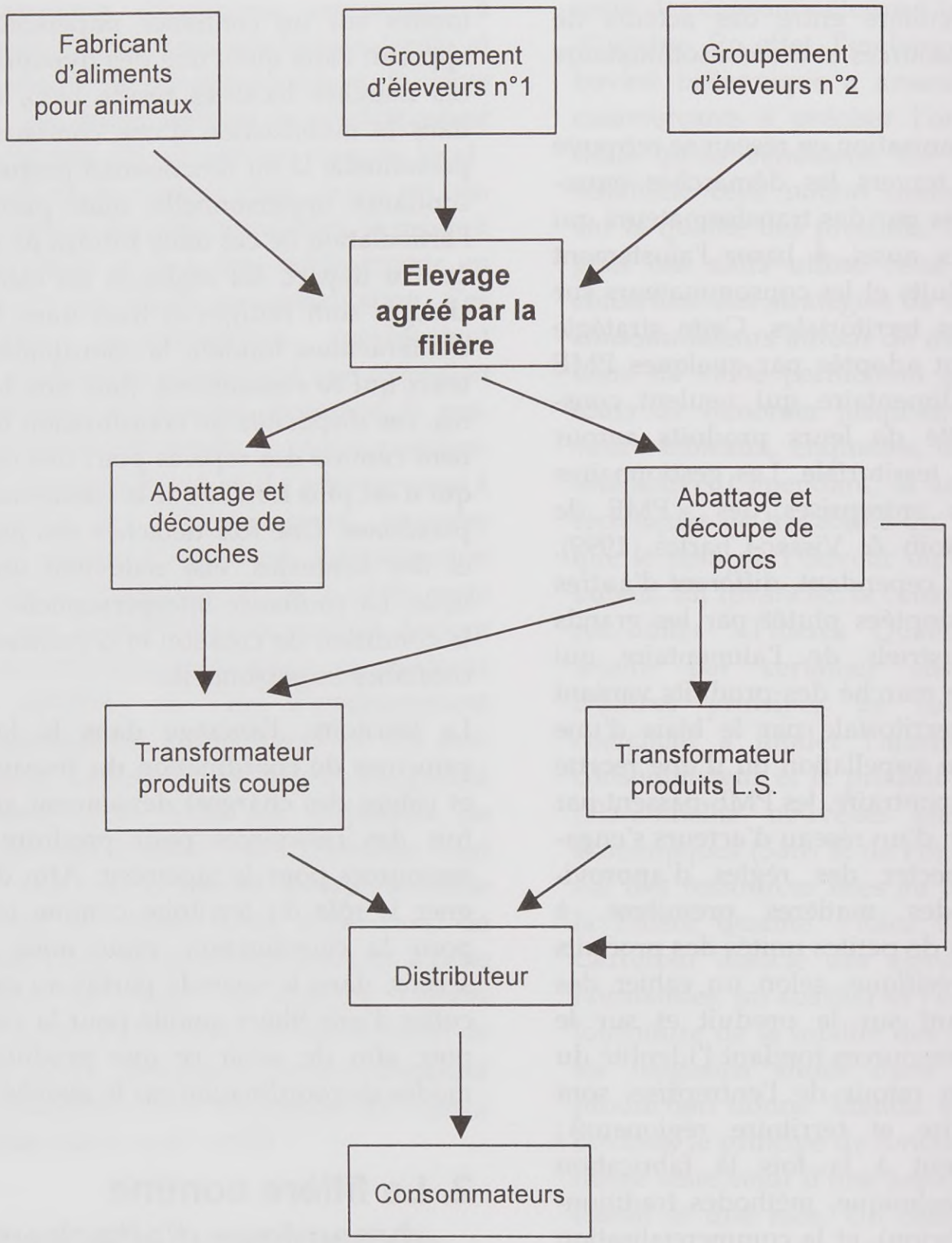


Figure 1. Présentation stylisée de la filière étudiée

A travers ce montage, il est possible de suivre les nouvelles modalités de coordination que se donne un réseau d'acteurs pour ajuster ses produits au marché à travers des formes de relations particulières. Ainsi, même si nous utilisons le terme de « montage » pour décrire le développement de cette filière, nous verrons qu'il s'agit plus d'une association nouvelle et inédite d'acteurs et de dispositifs dont la plus grande partie est déjà en place. Mais ce qui est nouveau et justifie l'emploi du mot montage, mais aussi celui de filière, c'est d'une part la forme de la coordination qui est à l'œuvre et d'autre part l'engagement qu'elle suppose à travers l'enchaînement « en file » des responsabilités mises en jeu.

2.1. La construction d'un réseau dit « de compétences »

Il convient tout d'abord de noter que c'est un industriel, transformateur, qui est à l'origine de la démarche. Celui-ci, une PME implantée en Bretagne et rattachée à un grand groupe, saisit assez vite qu'il joue une position particulière de médiateur entre offre et demande. D'un côté, la grande distribution depuis peu se fait le porte-parole des nouvelles exigences des consommateurs. Elle met en avant les conditions d'une sécurité alimentaire, et dans le même temps suggère la traduction technique et opérationnelle de ces exigences à travers les principes de la traçabilité. De l'autre côté,

l'amont est éclaté entre plusieurs acteurs (producteurs ou groupements de producteurs, généticiens, fabricants d'aliments, transporteurs, abatteurs) qui n'ont pas encore développé les ressources organisationnelles leur permettant de devenir partenaires. La PME semble alors prendre le parti d'articuler une offre qui paraît peu préoccupée par les nouvelles exigences de mar-chés et une demande qui méconnaît les spécificités et les savoirs des offreurs. C'est probablement pour cette raison que la construction de la filière s'inscrit dans ce que l'industriel caractérise de « démarche de progrès » : l'objectif étant de formuler les moyens d'une association d'acteurs autour d'une orientation qui, pour la première fois, serait commune.

Le réseau se bâtit comme un réseau de compétence, au sens où chaque acteur y intervient dans le domaine de son métier. La coordination n'est pas assurée par l'un d'entre eux mais par une structure juridique propre, la SARL Bretagne Porc[5]. C'est elle qui organise la gestion de la qualité et la rédaction des documents techniques, sous le contrôle d'un organisme externe indépendant ainsi que les relations commerciales, la promotion et l'animation de la démarche de la filière. La gestion et le pilotage de la SARL se fait à tour de rôle par les différents participants de la filière. Ceux-ci sont au nombre de huit à l'origine (Figure 1), mais la structure est destinée à évoluer et associera ensuite d'autres partenaires, notamment de la distribution. On trouve au départ un fabricant d'aliment pour le bétail, deux groupements d'éleveurs de porcs, trois sociétés d'abattage et de découpe et deux industriels de la charcuterie-salaison. Les éleveurs, environ 850, sont tous propriétaires de leur cheptel et regroupés au sein de deux groupements d'éleveurs. Ils travaillent sur un bassin de production local fournissant un potentiel de 1 100 000 porcs, ce qui en 1996 représente environ 9% du marché national global.

Bien entendu, le partenariat ne s'est pas construit de toute pièce et la plupart des acteurs ont déjà appris à se connaître dans le cadre de relations de long terme. Mais pour la première fois, ils acceptent ensemble de définir et de se soumettre ensemble à un système de gestion de la qualité qui permet le suivi des activités des uns et des autres, mais trace également les possibilités de l'exclusion de celui qui ne respecterait plus les engagements communs. Géographiquement, les huit acteurs sont basés sur deux régions, et la plupart sont regroupés dans un rayon de moins de deux cents kilomètres. Le cahier des charges possède plusieurs volets. Chacun spécifie les engagements de chaque métier concerné (Tableau 1). Ensemble, ils doivent garantir la traçabilité des porcs, la soumission au contrôle à toutes les étapes,. « de l'origine du porc à l'assiette du consommateur ». L'originalité de la démarche réside dans le couplage qu'elle opère entre des exigences de type sanitaire et des exigences environnementales et citoyennes. Ainsi la norme NVF 46004[6] doit-elle être respectée, mais les partenaires doivent également s'engager sur une limitation des rejets dans l'environnement et sur le respect du confort de l'animal.

2.2. Une mobilisation du consommateur très en amont

Il est intéressant de suivre la manière dont le cahier des charges spécifie les engagements des différents partenaires. Dans les documents qui présentent la démarche, c'est le terme de « bonnes pratiques professionnelles » qui figure. Il est évident que cette expression souligne largement le rôle initiateur de l'industriel charcutier, qui retrouve à travers elle l'un des repères principaux de son activité qu'est le code des usages de la charcuterie. Le principe des bonnes pratiques professionnelles renvoie aux compétences de métier de chacun des partenaires et fournit un cadre aux activités

[5] Pour des raisons de confidentialité demandée par les acteurs, nous avons anonymisé les noms des différents participants et de la filière. De même, notre présentation a, par nécessité, un caractère fortement stylisé. En effet le développement de cette filière est encore à l'œuvre au moment où nous écrivons. Ses enjeux sont très forts en pleine crise du porc et dans une région où les effets de cette activité économique sont importants.

[6] Norme relative à la valorisation des viandes de porc vendues ou utilisées en frais.

Partenaires	Fabrication des aliments	Elevages	Abattage/ découpe	Transformation
Engagements	Fabrication à base de céréales, contrôlées Rations limitant les rejets dans l'environnement Interdiction de l'usage de farines animales	Races sélectionnées Elevage dans le respect de l'environnement Engagement des éleveurs sur l'insertion de leur élevage dans le paysage Confort des animaux favorisant leur développement et limitant leur stress	Limitation du stress par douchage Découpe des viandes selon les normes sanitaires en vigueur	Procédures de traçabilité et de contrôle définies par le système ISO 9 000, pour les produits coupe, les produits L.S et les viandes fraîches
Types de spécifications	Spécifications concernant l'aliment d'engraissement des animaux	Spécifications environnementales Spécifications propres à l'élevage Spécifications propres à l'embarquement des animaux	Spécifications propres au débarquement des animaux Spécifications liées au produit	Spécifications des matières premières

Tableau 1. Engagements et spécifications des activités des partenaires

des uns et des autres, en spécifiant les manières de faire et les règles à suivre. Ce faisant, il agit comme un dispositif de confiance assez classique, au sens où la confiance n'a plus besoin de porter sur le professionnel : elle peut être attachée au guide lui-même, c'est-à-dire finalement aux conditions et au collectif qui lui donnent forme et contenu[7].

Cependant, il nous semble que la démarche de la filière Bretagne Porc va plus loin et s'inscrit plutôt dans le cadre d'une coordination renouvelée qui ne fonctionne pas uniquement sur la définition et la certification de savoirs professionnels. Pour comprendre ce point, il faut probablement remonter aux origines de l'initiative chez l'industriel :

« *Pendant un an , un an et demi, on a recherché à travers les personnes qui interviennent dans la filière porcine, c'est-à-dire essentiellement les producteurs, les marchands d'aliments, le généticien, les transporteurs, l'abatteur et nous-mêmes, nous avons recherché des partenaires qui étaient prêts à s'associer pour une démarche de progrès. Dans le but d'une part, tout d'abord de tracer le produit et deuxièmement de définir des conditions bien précises de réalisation de ce porc et puis troisièmement des gens qui soient prêts à une démarche de progrès. On part d'un existant, on part des bonnes pratiques professionnelles, et puis derrière on sait que la demande des consommateurs va changer, la demande des distributeurs va évoluer, donc il faut qu'on soit capables d'évoluer, et ça, ça demande que tout le monde se mette à travailler ensemble* » (PME de charcuterie-salaisons à l'origine de la filière).

Comme le souligne cet extrait d'entretien, les bonnes pratiques ne sont qu'un point de

[7] Il n'est d'ailleurs pas anodin de voir que l'Agence Française pour la Sécurité Sanitaire des Aliments, nouvellement créée, ait entrepris de remettre à plat l'ensemble des codes des usages cadrant les différentes activités de production alimentaire. On voit ici la construction d'une confiance qui se veut institutionnellement certifiée.

départ, une sorte de plate-forme commune minimale pour s'entendre et travailler ensemble. La particularité de la démarche de la filière est, au-delà de la spécification des manières de faire, d'intégrer une définition du marché à toutes les étapes de la production des produits. A tous les niveaux, depuis la fabrication des aliments, jusqu'à la distribution dans les linéaires des grandes surfaces, une représentation du marché, c'est-à-dire essentiellement des exigences des consommateurs, est mobilisée pour définir les pratiques professionnelles des différents partenaires. C'est sur ce principe que résident les capacités évolutives de la démarche évoquées par l'industriel. On peut imaginer que, de manière régulière, une nouvelle définition du marché et des consommateurs peut venir recadrer ces pratiques et renouveler ces manières de faire. Ainsi, la possibilité d'un ajustement permanent au marché que se donne le collectif, est le fondement d'une dynamique commune, dynamique qui devra pouvoir être observée comme l'une des conditions possibles de réussite (ou d'échec) lorsque la filière aura fonctionné pendant quelques temps.

Les différents documents de présentation de la filière, y compris lorsqu'ils sont techniques et concernent les spécifications appliquées à chaque métier, font en permanence le lien avec le marché. Sous la forme de justifications marketing, ces documents mentionnent les définitions des comportements des consommateurs que les partenaires se donnent pour cadrer leurs modalités d'intervention. Par exemple, c'est une étude quantitative sur les nouveaux comportements des consommateurs qui est à l'origine de la définition de la démarche de la filière Bretagne Porc : « Pour le positionnement de leurs produits, pour leur politique de communication, les entreprises doivent impérativement tenir compte des valeurs et systèmes de références des publics et consommateurs auxquels il s'adressent » (document technique). Les valeurs du « consommateur moderne » sont mises en avant par les résultats de l'étude. On trouve alors, à côté des principes bien connus des valeurs de santé, de naturel et de sécurité, l'émergence de nouvelles valeurs attachées à la diversité des produits et à la protection de l'environnement ou des animaux. L'étude quantitative a été complétée par une table ronde réunissant plusieurs consommateurs, qui confirme également leurs exigences en termes de variété de l'offre (les produits ne doivent pas tous être identiques) et de protection de l'environnement (l'élevage a des impacts forts sur l'environnement[8]). Sur la base de ces études, le groupement de partenaires de la filière va se donner une nouvelle définition des exigences de naturel, moins associée à la vision classique et naïve de la nécessité d'un rapprochement entre les phases de production et de consommation[9] mais plutôt liée à la volonté d'engagement des consommateurs dans des comportements à la fois citoyen et économique. En exprimant leurs choix (Dubuisson-Quellier, 1999) entre une variété de produits dont la différenciation est clairement exprimée par ceux qui les produisent, et en voulant utiliser également le marché comme lieu d'expression de choix politiques (la défense de nouvelles valeurs de l'agriculture et de l'élevage ou de l'agriculture autour de l'aménagement du paysage, de la protection de l'environnement et du respect du confort animal), les consommateurs deviennent partie prenante du système d'action visant à définir les produits et les manières de faire. Comme il est noté dans le document, la filière ne communiquera pas avec des références de nature industrielle (cahier des charges, codes des usages, normes sanitaires) mais mettra en avant une référence aux partenaires et à leurs engagements, ainsi qu'au territoire (régions de naissance, d'élevage et de transformation des matières premières). Les ressources sur lesquelles se fondent les pratiques professionnelles : le bassin de production, les spécifications en matière de protection de l'environnement et de confort ani-

---

8 L'enquête est réalisée en Bretagne, ce qui a une incidence non nulle sur ses résultats.

9 L'allongement de la distance à la fois spatiale et temporelle entre les phases de production et les phases de consommation est, de longue date, mise en avant par les sociologues de l'alimentaire comme variable explicative des attitudes de défiance manifestées par les consommateurs à l'égard des aliments (Fischler, 1995). Pourtant, cet allongement est très largement antérieur à ces manifestations de défiance. On peut alors, en suivant les acteurs de l'alimentaire, mettre en doute son caractère structurellement explicatif.

mal, les compétences d'un réseau d'acteurs identifiés qui se connaissent entre eux, permettent d'inscrire une définition assez précise du marché dans les modalités de coordination des acteurs de la filière. Il est important de noter qu'il ne s'agit pas de ressources rhétoriques pour un discours marketing, mais bien des ressources organisationnelles, techniques et cognitives stabilisant les relations de coopération entre l'ensemble des acteurs : fabricant d'aliments, éleveurs, abatteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs. Ce sont bien ces ressources qui fondent les différents dispositifs de la coordination (cahiers des charges, modalités de production et de distribution, prix, volumes, communication[10]) de la production au marché.

2.3. La construction d'une solidarité technique entre les acteurs

On trouve dans ces formes relationnelles des principes nouveaux de coopération entre les acteurs, qui renouvellent les formes d'ajustement avec le marché. Nous l'avons dit plus haut, les signes de qualité, appellations, labels, marques collectives supposent et supportent des mécanismes de coordination entre les acteurs, et la construction d'un collectif régulé par des normes communes. Ces dispositifs déplacent la confiance des produits vers les systèmes institutionnels et organisationnels permettant de les produire et de les faire circuler : pour le consommateur, il n'est plus besoin de faire confiance dans le produit, ou même dans le producteur, il lui suffit d'avoir confiance dans l'appellation. Dans un premier temps, le nombre réduit de signaux de qualité pouvait simplifier les opérations de calcul ou de jugement en jeu dans la sélection des produits. Mais dans un contexte où la multiplicité des signaux ne permet plus d'identifier les produits dans l'offre pléthorique, la performance de tels dispositifs à construire l'ajustement avec le marché, se trouve considérablement réduite.

Les acteurs économiques du secteur alimentaire sont probablement en train d'inventer des modalités d'ajustement au marché qui diffèrent des précédentes sur un autre point : la construction du réseau de partenaires n'exclut plus le consommateur. Dans le modèle précédent, l'intervention du consommateur semble se faire au dernier moment : les signaux de qualité sont des repères ou des prises que les acteurs lui fournissent pour choisir et sélectionner les produits. Au contraire, la construction de systèmes locaux de production et de consommation, tels que ceux que nous avons décrits dans la première partie de cette contribution ou comme la filière Bretagne Porc, passe par un attachement permanent du consommateur qui devient partie prenante de la définition des pratiques mises en œuvre par les différents acteurs. La construction des marchés locaux souligne bien la nécessité de coordonner modes de production et modes de consommation. Le territoire fournit directement les ressources pour la construction de cette coordination. De même, dans le cas de la SARL Bretagne Porc, on peut suivre tout au long de la filière la façon dont la définition du marché, à la fois local et global, vient reformuler les pratiques individuelles et coordonnées des acteurs. De fait, c'est l'ensemble du fonctionnement du marché qui s'en trouve redéfini, et le réseau ainsi monté va bien, depuis le grand amont jusqu'aux consommateurs. Il nous semble possible de parler de l'avènement d'une nouvelle forme de solidarité technique qui amène les acteurs à s'engager ensemble sur les choix qui sont faits : qu'il s'agisse de la sélection génétique des animaux, des conditions d'élevage, de transport ou d'abattage, des modes de valorisation des produits transformés et de leur distribution. Concernant la transformation, on peut mentionner, par exemple, que les engagements mutuels des éleveurs, abatteurs, transformateurs et distributeurs obligent à une valorisation de l'ensemble de l'animal, puisqu'il ne s'agit plus d'acheter des morceaux mais le porc entier. Le transformateur se voit donc obligé de trouver les moyens de valoriser des morceaux à valeur ajoutée plus faible que les jambons, comme l'épaule par exemple. C'est dans le cadre d'un dialogue renouvelé avec la distribution qu'il commence à trouver des

[10] La SARL s'est également dotée d'outils de communication et de publicité sur le lieu de vente (affichettes, piques prix, dépliants, formation de chefs de rayon coupe, documents pour les commerciaux).

solutions, en mobilisant des définitions des comportements des consommateurs, c'est-à-dire les choix que ceux-ci font parmi l'offre alimentaire. Cette réflexion a donné lieu à diverses innovations de produit et de modes de distribution, notamment la mise au point de produits destinés à être rôtis sur les points de vente (jarrets, épaules grillés dans des rôtissoires dont certains stands coupe se sont équipés). Un tel engagement collectif dans les choix a pour conséquence directe de distribuer également les responsabilités associées à ces choix. Acteurs de l'offre et de la demande apprennent ainsi collectivement à gérer les choix et les responsabilités afférents à la production et la consommation des produits. En l'absence de tels mécanismes de coordination, chaque acteur est obligé de mettre en place des systèmes de contrôle sur ses partenaires amont, sans nécessairement lui faire bénéficier de ses compétences en matière de définition et d'ajustement des produits à l'aval. En bout de chaîne, l'éleveur peut se trouver dans une situation très paradoxale, où il se voit obligé d'appliquer les directives normées imposées par le marché, sans avoir aucune prise sur celui-ci. Au contraire, dans une configuration organisationnelle en réseau de solidarité, c'est ensemble que les acteurs font les choix. Ces conclusions sont celles que l'on peut tirer à l'heure où cette filière vient juste de se mettre en place. Son caractère récent ne permet pas encore d'identifier les limites de son fonctionnement. Aussi nous avons centré notre propos plutôt sur les ajustements des actions des différents acteurs : modifications des formes de responsabilité, cadrage des actions, mobilisation des repères pour le jugement. Notre propos ne peut aller au-delà. Mais déjà, on peut voir à travers ce cas que le territoire devient une ressource particulièrement féconde pour une telle organisation, dans la mesure où il rend possible l'organisation en réseau des acteurs autour des spécificités, tant des matières que des modes de consommation. Les dispositifs de jugement, mobilisés non plus seulement par les consommateurs mais par l'ensemble des partenaires, ne sont plus seulement basés sur une confiance impersonnelle ; ils s'appuient aussi sur une confiance interpersonnelle.

Conclusion

Depuis quelques années, de nombreux débats s'ouvrent sur les formes et les enjeux du monde agricole et agro-alimentaire. Depuis ceux qui concernent l'aménagement du territoire, débouchant sur le principe d'une agriculture reconvertie dans une mission patrimoniale d'aménagement du paysage, jusqu'à ceux ouvrant sur les questions de choix technologiques et économiques en matière de fabrication des aliments, c'est à chaque fois la question de la coordination d'acteurs, toujours plus nombreux, qui se joue. C'est probablement cette grande variété et pluralité des acteurs intervenant dans la production de l'offre alimentaire qui débouche sur une situation dans laquelle aucun des acteurs ne peut envisager de tenir à lui tout seul la relation au marché (Barrey *et al.*, 2000). On le voit bien à l'occasion des récents incidents, tels que les épidémies de listériose de 1992 ou de février 2000, les intrications des responsabilités concernées ne permettent pas toujours non seulement d'identifier les coupables, ni d'éviter que l'ensemble du secteur pâtisse collectivement des situations de crise, ni surtout d'empêcher qu'elles ne se reproduisent. On notera d'ailleurs que depuis peu, les consommateurs, eux aussi, entrent dans la chaîne des responsabilités : on admet désormais publiquement que la contamination croisée, jusque-là seulement attribuée aux rayons coupe, puisse avoir lieu dans le réfrigérateur des consommateurs.

C'est probablement pour l'ensemble de ces raisons que les acteurs du secteur agro-alimentaire doivent trouver les moyens de gérer ensemble les choix qui sont faits dans ce domaine. Jusqu'il y a peu, on a pu croire que le territoire n'était qu'une valeur, récemment remise au goût du jour, permettant de fonder une rhétorique marketing et des argumentaires commerciaux : le territoire ferait vendre parce qu'il opposerait des valeurs traditionnelles là où le présent ne propose que les perspectives d'un progrès risqué et qu'on ne maîtrise plus. L'enjeu est plus fondamental. En suivant des modalités de coordination nouvelles entre des acteurs, au sein de réseaux ancrés localement, on peut voir qu'il se joue plutôt une redé-

finition des pratiques autour de choix collectivement reformulés. Les consommateurs ne sont pas absents de ces dispositifs et participent à ce que nous avons appelé une solidarité technique, fondant ainsi les principes d'un ajustement tant politique qu'économique entre les produits et les consommateurs.

Bibliographie

Barrey S., Cochoy F., Dubuisson-Quellier S., 2000. Designer, packager, merchandiser, trois professionnels pour une même scène marchande, *Sociologie du Travail*, 42 (3) : 457-482.

Dubuisson-Quellier S., 1999. Le prestataire, le client et le consommateur. Sociologie d'une relation marchande, *Revue Française de Sociologie*, 4 : 671-688.

Eymard-Duvernay F., 1994. Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens, *In* : Orléan A. (éds), 1994 : *Analyse économique des conventions*, Paris, PUF : 307-334.

Fischler C., 1995. *L'homnivore*, Paris, Point Seuil.

Guillaumin A., Dockès A-C., Tchakérian E., Perrot C., 1998. *Cinq récits de projets innovants qui renforcent les liens entre l'élevage et le territoire.* Rapport de l'Institut de l'Elevage, janvier, 71p.

Joly P-B., Le Pape Y., Rémy E., 1998. Quand les scientifiques traquent les prions, *Annales des Mines*, janvier : 86-95.

Karpik L., 1996. Dispositifs de confiance et engagements crédibles, *Sociologie du Travail*, 4 : 527-550.

Nicolas F., Valceschini E. (éds), 1995. *Agroalimentaire : une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica.

Rastoin J-L., Vissac-Charles V., 1999. Le groupe stratégique des entreprises de terroir, *Revue Internationale des PME*, 12 (1-2) : 171-192

Rémy E., 1997. Comment dépasser l'alternative risque réel, risque perçu ? *Annales des Mines*, Janvier : 27-34.

Sainte Marie C. (de), Prost J, Casabianca F., Casalta E., 1995. La construction sociale de la qualité. Enjeux autour de l'Appellation d'Origine Contrôlée Brocciu corse, *In* : Nicolas F. & Valceschini E. (éds), 1995 : *Agroalimentaire : une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica : 185-198.

Sans P., de Fontguyon G., 1999. Choc exogène et évolution des formes organisationnelles hybrides. Les effets de la crise dite « de la vache folle » sur la filière viande bovine, *Sciences de la Société*, 46 : 173-189.

Sylvander B., 1995. Conventions de qualité, concurrence et coopération. Le cas du « Label Rouge » dans la filière volailles. *In* : Allaire G. et Boyer R. (éds), 1995 : *La grande transformation de l'agriculture*, INRA-Economica : 73-96.

Sylvander B., 1997, Le rôle de la certification dans les changements de régime de coordination : l'agriculture biologique, du réseau à l'industries, *Revue d'Economie Industrielle*, 80 : 47-66.

Patrimonialisation

Etud. Rech. Syst. Agraires Dév., 2001, 32 : 179-194

Réactiver la tradition par l'AOC

Le Cabécou de Rocamadour

Pascale MOITY-MAÏZI
Hubert DEVAUTOUR

CNEARC - 1101, avenue Agropolis - BP 5098 - 34033 Montpellier cedex 01 -
maizi@cnearc.fr - Tél. 04 67 61 70 04 - Fax 04 67 41 02 32

Résumé

La définition d'une AOC implique un lien à une zone géographique. Mais la qualification est un processus complexe d'ajustements entre producteurs au bout duquel le caractère local du produit est parfois peu évident. L'objectif de cet article est d'analyser, dans le cas de l'AOC Cabécou de Rocamadour, à la fois la nature des liens au terroir et les stratégies mises en place par les producteurs pour se défendre sur le marché. Trois types d'exploitations ont été choisis pour illustrer la diversité des choix et points de vue locaux autour de cette AOC. Souvent présentées comme un cadre fixe de références, les règles de l'AOC sont à la fois des contraintes et des ressources. Les pratiques et points de vue des exploitants montrent qu'au delà des débats sur la pertinence des territoires et des traditions d'une AOC, les règles qui composent ce signe officiel de qualité sont porteuses de nouvelles perspectives : chacun peut participer à la modification des règles en faisant valoir ses exigences ; en même temps chacun peut s'appuyer sur leur existence pour promouvoir de nouveaux produits, s'intégrer dans de nouveaux réseaux économiques et sociaux, enfin pour prendre position dans la régulation des marchés, des métiers de l'agriculture et dans la construction de patrimoines régionaux.

Mots-clés : AOC – Cabécou – identité – Lot - techniques

Abstract

Revitalising tradition with the AOC quality sign: the case of Rocamadour* Cabécou *goat cheese.

Definition of the AOC quality sign implies the existence of a link with a specific geographical area. But product qualification, i.e. the construction and definition of its characteristics, involves a complex process of adjustments between the producers at the end of which the local character of the product does not always emerge clearly. This article analyses, for the Cabécou Rocamadour AOC cheese, the nature of the link with the territory and the strategies developed by the goat cheese producers to safeguard their market position. Three farm types were selected to show the diversity of local approaches and views concerning the Rocamadour AOC quality sign. Often presented as a definite set of references, AOC rules are both a constraint and a resource. The farmers' practices and views show that beyond the debates regarding the relevance of an AOC's territory and traditions, the rules which define this officially acknowledged quality sign open up new perspectives: everyone can contribute to altering the rules by expressing his/her demands; at the same time, everyone can use the rules to promote new products, join new economic and social networks and last play a role in regulating markets and agricultural professions and producing traditional regional resources.

Keywords: *AOC* - Cabécou *goat cheese – identity – techniques – « terroir »*

Introduction

L'histoire de la qualification des fromages en France est ancienne, marquée par une série de mutations significatives à partir des années cinquante (Ricard, 1997). Celles-ci favorisent une montée en puissance des productions caprines[1] : les fromageries s'adaptent alors rapidement à la nécessaire

[1] Standardisation des races, diffusion de nouvelles techniques et produits fromagers, réorganisation des unités de collecte et de transformation du lait, concentration de la distribution fromagère,…

normalisation sanitaire des ateliers et s'engagent dans des démarches innovantes pour proposer de nouveaux fromages, ou au contraire, valoriser un patrimoine technique. La création d'une AOC fromagère dans le Quercy répond à cette volonté générale de défendre sur les marchés des productions fromagères de tradition familiale, rattachées à des techniques d'élevage, de fabrication et d'affinage spécifiques à la région du Lot dont le « centre », au moins symbolique, serait Rocamadour.

Validant d'une manière générale un lien historique entre les caractéristiques du produit et le lieu géographique où il est élaboré, l'AOC Rocamadour, qui s'applique aujourd'hui aux fromages de chèvre élaborés dans le Quercy, intègre officiellement trois composantes pour établir ce lien : le milieu, l'homme qui transforme les matières premières, et l'animal qui fournit la matière première.

Or, les premières investigations que nous avons menées en 1997[2] font apparaître une production de fromages en AOC dominée par des savoirs et des techniques génériques, ne s'appuyant guère sur les ressources spécifiques d'un terroir d'origine, qu'il s'agisse des animaux, du type de fourrage, de la conduite du troupeau[3] ou des techniques de transformation.

Une seconde étape de recherche[4] auprès des producteurs du Lot nous a permis d'appréhender deux questions posées par nos premiers constats :

1) En quoi le fromage AOC Rocamadour est-il un produit authentique du Quercy dont il se revendique ?

2) Quelles sont les dynamiques émergentes face aux problèmes de commercialisation que rencontrent aujourd'hui certains producteurs ? Quelles sont leurs stratégies pour se défendre sur un marché jugé saturé ?

Les réponses à ces questions devaient nous permettre d'expliciter l'apparent paradoxe de toute stratégie de qualification locale, où celle-ci se construit sur un double processus de normalisation et de spécification avec d'une part, des normes liées à une appellation qui imposent une standardisation à toutes les étapes de production et d'autre part, une spécificité revendiquée, soit par les institutions, soit par les producteurs eux-mêmes.

Nous présenterons ici différents éléments de réponse à ces interrogations en intégrant le produit aux quatre types de relations régulièrement évoquées par les acteurs eux-mêmes, rencontrés tout au long de nos enquêtes :

- la relation au milieu physique et à l'histoire du Quercy,
- la relation au savoir-faire et à des trajectoires professionnelles,
- la relation aux marchés et aux consommateurs,
- la relation aux institutions régulant les processus de valorisation des ressources et produits du Quercy.

Dans le Quercy, cette AOC concerne différents acteurs : petites entreprises, unités de transformation artisanales et fermières. Mais elle ne couvre pas l'ensemble des productions fromagères locales : certaines exploitations continuent en effet de confectionner des Cabécous, hors appellation, qu'elles commercialisent localement en fromages fermiers. Partant de cette diversité de producteurs, on a donc identifié puis comparé trois systèmes techniques de fabrication fromagère. L'hypothèse qui guidait nos entretiens était relativement simple : cette diversité apparente cachait peut-être une convergence des points de vue, un consensus social autour des stratégies à adopter pour renforcer l'image, la qualité et les marchés de

---

[2] Stage de formation par la recherche dans le Quercy, impliquant des étudiants du Centre National d'Etudes Agronomiques pour les Régions Chaudes (CNEARC-Montpellier), quelques chercheurs de l'INRA et du CIRAD, en collaboration avec le Musée de Cuzals.

[3] Nous n'avons pas abordé ici la dimension géographique et la question de l'adéquation entre l'éponyme et l'aire de production réelle. De fait, l'AOC Rocamadour recouvre une aire géographique dépassant le simple cadre de la commune de Rocamadour. Les lieux de collecte des laiteries aujourd'hui montrent qu'une investigation sur le rapport entre éponyme et aire de production devient nécessaire pour mieux comprendre la cohérence et l'évolution de l'ancrage territoriale du produit.

[4] En 1998, au cours d'un second stage de formation par la recherche, impliquant les mêmes participants et collaborations. Voir Maïzi P.(dir.), 1998.

l'AOC Rocamadour ; en somme une communauté d'intérêts nécessaire pour la valorisation d'un patrimoine local.

Le premier type de système technique de fabrication de Cabécou s'observe dans les exploitations familiales ayant développé une unité de transformation artisanale pour une production fromagère régulière toute l'année, engagées dans des procédures de qualification : elles ont acquis des techniques standardisées pour répondre aux normes européennes et fournir un fromage conforme au cahier des charges Rocamadour.

Le second décrit des exploitations produisant de faibles quantités de fromages, à partir d'un petit troupeau familial : elles n'ont pas investi dans la « modernisation » de leurs ateliers pour intégrer la démarche collective de qualification en AOC. Leur production fromagère ne répond donc pas forcément à toutes les règles du cahier des charges Rocamadour.

Le troisième caractérise une laiterie – fromagerie qui collecte le lait du site et fabrique un fromage conforme au cahier des charges Rocamadour, en appliquant des techniques ou savoir-faire génériques[5].

Ces différentes catégories de producteurs locaux ont des trajectoires et stratégies différenciées pour expliquer leurs situations respectives. Mais elles font aussi référence à une histoire collective, semble-t-il partagée, celle du Quercy et de ses fromages. Enfin, elles sont impliquées, soit directement, soit indirectement dans des organisations locales (Syndicat, Parc Régional, Associations,..) chargées de promouvoir l'histoire du paysage et des hommes dans le Quercy.

Après avoir montré comment ces producteurs se définissent et défendent leurs produits sur les marchés, nous conclurons notre exposé sur une hypothèse concernant le rôle possible des organisations locales pour renforcer les capacités d'adaptation des producteurs du Quercy aux attentes d'authenticité de leurs clients et pour participer à la consolidation ou à l'évolution d'un territoire avant tout institutionnalisé.

1. Histoire du Cabécou

En 1994, nous sommes à la veille de l'obtention d'une AOC pour le Cabécou, en pleine construction d'un cahier des charges spécifique. Ce n'est donc peut-être pas un hasard si G. Bazalgues (1994), ou encore J.C. Corcy et M. Lepage (1991) nous proposent une chronique historique de ce fromage à ce moment. Travaillant à partir d'une sélection d'archives locales, chaque auteur retrace les grandes lignes d'une tradition technique cohérente avec les contraintes d'un milieu physique et l'évolution des systèmes agraires locaux. Cette harmonie reconstruite des faits et des changements plaide en faveur d'un produit de terroir, d'un patrimoine que l'AOC viendra officialiser. Au même titre que certaines chroniques gastronomiques de notre siècle, l'histoire reconstruite du Cabécou tend à démontrer que le Quercy est marqué par une vocation spécifique. Et comme dans toute histoire « élaborée pour des besoins d'affirmation identitaire » (Barou, 1997), l'objectivité des faits compte bien moins ici que le jeu des possibles relations entre techniques et société.

Le terme Cabécou désigne en Quercy le fromage de lait de chèvre (occitan : *cabecon, crabecon, cabra*) par opposition à *peralh, peralha*, faisant référence au fromage frais de brebis. Selon Bazalgues (1994), la fabrication du Cabécou serait ancienne : les cisterciens auraient, les premiers, développé l'élevage caprin autour de Rocamadour, sur les causses. Selon J.C. Corcy et M. Lepage (1991), le Cabécou serait né avec l'apparition des chèvres dans le Quercy, lors des invasions arabes au Moyen âge.

On sait par ailleurs (Ricard, 1997) que les fromages de chèvre apparaissent historiquement dans des régions peu fertiles, caractérisées par des terres de roches calcaires, des terrains trop difficiles à travailler. Dans les zones de montagne ou de causse, telles que le Quercy, la fabrication de fromage de chèvre illustre donc un lien fort

[5] Tout comme les exploitations ne produisant que du lait de chèvre, celles qui produisent du caillé n'ont pas été enquêtées lors de cette étude. Elles fournissent la laiterie-fromagerie mais ne fabriquent pas de *Cabécou*. Or, nous avons préféré privilégier, dans le temps de cette enquête, les unités d'élaboration de fromages prêts à être commercialisés sous leur forme « *Cabécou* » ou « Rocamadour AOC ».

entre système de production et structures de transformation (contrairement aux fromages de plaine) : « le patrimoine de ces régions ne consiste pas uniquement en une somme de spécialités locales. Il est aussi l'expression d'un « système fromager » qui intègre les savoir-faire locaux, les outillages, les races (...) et les spécificités de l'alimentation des animaux, le tout dans un espace géographique déterminé. Ces systèmes sont extrêmement complexes et se différencient surtout en fonction de la place réservée aux alpages et de leur caractère individuel ou collectif. » (Ricard, 1997).

La production de fromages de chèvres et plus précisément celle du Cabécou est caractérisée par son aspect individuel : c'est traditionnellement une production familiale, avec une transformation à la ferme, mettant en jeu peu d'intervenants hors de l'unité familiale. La complexité de ce système fromager vient avant tout de la diversité des ressources laitières mobilisables et des produits qui en sont issus, traduisant un modèle de production agro-pastoral particulièrement flexible selon les contraintes et les époques, aussi bien tourné vers l'autoconsommation que vers la commercialisation.

Selon nos chroniqueurs, l'élevage caprin caractérise les causses de Martel, Grammat, Livernon, Limogne, jusque sous l'ancien régime. Mais le développement du commerce de laine pousse les éleveurs du Lot à investir de plus en plus dans les ovins. Leur nombre augmente au XVIIe siècle et les Cabécous sont alors fabriqués selon les possibilités des exploitants, soit à partir de mélanges de laits (brebis et chèvre), soit à partir de l'un d'entre eux, l'objectif étant d'accroître les volumes commercialisés hors du Lot, rendus possible par l'ouverture de la voie ferrée Brive-Capdenac en 1863.

A la fin du siècle dernier, la reconstruction des sanctuaires de Rocamadour et la desserte de Couzou par le bureau de poste de Rocamadour, ont permis de développer la renommée des fromages du Lot par une exportation régulière des produits hors du département. C'est ainsi qu'en 1914, trois expéditeurs locaux font de Couzou une véritable capitale du Cabécou (c'est de là qu'ils sont tous expédiés). Dès cette époque et pour les exportation au départ de Couzou, on commence à différencier officiellement les Cabécous exclusivement issus de lait de brebis et les *mitat cabra* combinant chèvre et brebis.

Dans les années vingt, ces productions fromagères deviennent essentielles pour l'économie des communes situées autour de Couzou : de nombreuses foires, des ramassages organisés, la multiplication des expéditeurs témoignent de leur importance... même si les Cabécous subissent une concurrence saisonnière des fruits rouges en juin et des huîtres en automne.

Les journaux se font l'écho des dynamiques commerciales et de l'opinion locale. Les archives retrouvées par Bazalgues (1994) signalent ainsi que les Cabécous de Carlucet, Bastit et Couzou sont alors considérés comme les meilleurs, du fait de leur arôme issu des plantes broutées et de la façon de les fabriquer ; que les connaisseurs réclament des moisissures tirant sur le rouge. L'histoire et la fabrication du Cabécou connaissent sans doute une première formalisation à travers ces écrits : on retient par exemple que le fromage est confectionné en faisselles puis mis à sécher sur de la paille, dans un panier en noisetier pendu au plafond et recouvert d'un linge, quand il est destiné à une consommation familiale ; qu'il peut être aussi conservé dans le sel pour être transporté puis consommé très sec ; qu'on peut enfin l'envelopper dans des feuilles de vigne ou de noyer, lui donnant une saveur boisée, ou dans des feuilles de rave pour lui donner une saveur plus piquante.

Progressivement, les fromages de brebis et de chèvres se côtoient et se différencient. A partir des années soixante, le Cabécou désigne plutôt un fromage de chèvre sec, moulé dans des faisselles[6] spécifiques (9,5 cm de diamètre pour une épaisseur de 4,5 cm). Il se distingue des fromages frais de brebis dits « Rocamadour » et très proches du Roquefort selon nos interlocuteurs, pour lesquels on utilise des faisselles de 23,5 cm de diamètre et 10 cm de haut environ. Mais on dispose encore de faisselles de 14,5 cm de diamètre pour 5,5 cm de haut, pouvant servir aussi bien pour le moulage de Cabécou (sec) que pour le Rocamadour (brebis frais). C'est de cette diversité relative

[6] En terre cuite vernie et plus tard en porcelaine (qui résiste mieux à l'acidité du petit lait).

que serait issue la confusion entre les deux fromages plus tard, sachant par ailleurs que la production de fromage de brebis diminue progressivement jusqu'à disparaître, la chute du marché de la laine ovine en France ayant entraîné un abandon de l'élevage ovin.

Dans une région marquée par une forte déprise agricole après guerre, le Cabécou finit par désigner, cette fois selon nos interlocuteurs locaux, un simple fromage de chèvre que quelques exploitations ont continué de produire pour l'unité familiale ou des ventes de proximité.

Mais l'aide aux agricultures de montagne (dont bénéficient certains éleveurs des causses), la mobilisation des populations rurales autour de la revalorisation des terres lotoises, l'essor du tourisme régional et la montée des exigences d'authenticité par certains consommateurs, ouvrent de nouvelles perspectives de marché pour les fromages de chèvre dès la fin des années soixante dix. La qualification en AOC créée en 1996, répond ainsi, selon nos interlocuteurs, à la reprise des élevages caprins et des fabrications fromagères dans le Lot, en même temps qu'à la nécessité, de plus en plus pressante selon eux, de distinguer les fromages du Quercy dans l'extrême diversité qui caractérise aujourd'hui la production de fromages de chèvre en France.

Aujourd'hui, l'appellation « AOC Rocamadour » recouvre deux productions possibles : la première, « Rocamadour fermier », s'applique aux fromages fabriqués à la ferme (à partir de lait de l'exploitation) ainsi qu'aux fromages affinés par les laiteries-fromageries artisanales qui s'approvisionnent en caillé dans les fermes de l'aire d'appellation. La seconde, « Rocamadour », désigne les fromages issus de laits frais collectés indifféremment dans ou hors zone AOC, puis affinés dans l'aire d'appellation. De plus, sans entrer dans les détails, signalons ici que la délimitation de la zone AOC n'est sans doute pas définitive puisqu'elle est encore sujette à discussions. Elle concerne actuellement un terroir identifié par ses causses, sa tradition d'élevage et fromagère. Rocamadour n'en est pas forcément le « noyau central » (Ricard, 1999) mais plutôt un symbole renvoyant à sa renommée historique. L'espace réellement concerné est actuellement celui du Quercy tout entier.

2. Trois systèmes techniques de production

Cas n°1 : exploitation familiale récemment engagée dans une production en AOC

Cette exploitation a développé un atelier de transformation et a plus de deux cent chèvres depuis 1990.

La conduite d'élevage

Les chèvres, de race Alpine, sont rarement mises en contact avec le terroir et sont nourries en étable toute l'année. L'hiver, l'éleveur leur fournit du foin matin et soir, complété avec du maïs, de l'orge et des tourteaux de soja. A la fin du printemps et en été, le foin est remplacé par des fourrages verts (céréales et légumineuses), distribués à la main deux fois par jour, tandis que l'orge, le maïs et les tourteaux de soja sont distribués mécaniquement (robot programmé) cinq fois par jour. La quantité et la qualité de l'alimentation sont fixées en fonction des besoins physiologiques des chèvres (période de mise bas, de lactation...) mais aussi en fonction des attentes de l'exploitant concernant les quantités et la qualité du lait pour ses fromages : tout un savoir-faire est exprimé par l'éleveur quand il conçoit puis programme chaque ration d'aliment qui sera distribuée mécaniquement[7].

L'alimentation du bétail est produite sur l'exploitation. Quelques aliments de complément, comme les tourteaux de soja, sont acquis à l'extérieur. Le fourrage, produit sur l'exploitation, est ensilé en partie. Mais l'ensilage constitue un « point d'accrochage » avec les techniciens de la Chambre d'Agriculture, clairement énoncé par le producteur, pour « l'image » du produit. C'est à ses yeux sans doute le seul vecteur d'une image défavorable, contredisant les principes de qualité de l'AOC. Décidé à agir en faveur d'une image irréprochable de ses fromages, l'exploitant prévoit d'abandonner

[7] Ce savoir-faire est individuel, issu de son expérience et de ses observations. Sans revendiquer cette capacité d'évaluer les proportions nécessaires de chaque aliment, à répartir entre les différents « repas » de son troupeau, l'éleveur la présente comme l'un des facteurs de valorisation de son produit (facteurs qui interviennent sur l'état sanitaire des animaux, les quantités de lait fournies et le goût final du lait pour le fromage).

cette technique qui, en elle-même, a mauvaise réputation auprès des consommateurs (et notamment des clients de passage).

Afin d'étaler la production de lait toute l'année, trois lots de chèvres sont constitués dans le troupeau, permettant de définir ainsi trois périodes de saillie et de mise bas. Un désaisonnement est effectué sur deux des trois lots. La production de lait est ainsi ininterrompue toute l'année et permet une production régulière de fromages. Trois autres lots, constitués par les chevreaux issus des meilleurs chèvres, assurent le renouvellement avec un taux d'environ 30 %.

Les chèvres sont traites deux fois par jour en salle de traite. Le lait est acheminé directement dans un tank à lait. La production quotidienne est en moyenne de 3 litres par chèvre.

La transformation du lait

Elle s'effectue dans un atelier conforme aux normes d'hygiène européennes qui a nécessité de lourds investissements. Elle repose en outre sur l'emploi de main-d'œuvre formée pour la fabrication des fromages de chèvre et présente toute l'année. L'itinéraire est le suivant :

- Le lait issu de la traite du soir est immédiatement mélangé au lactosérum dans le tank. Celui du matin est ensuite mélangé au premier puis acheminé à l'atelier de transformation. L'augmentation de la température au contact du lactoserum (le mélange traite du soir - lactosérum - traite du matin atteint une température d'environ 20°C) favorise une reprise de l'activité bactérienne lactique.
- De la présure (issue de caillette de veau) est ensuite introduite et accélère ainsi le caillage.
- L'opération d'égouttage du caillé s'effectue dans des sacs pendant 24 à 48 heures en fonction de l'extrait sec voulu.
- Le résultat est ensuite mélangé mécaniquement avec du sel.
- La pâte obtenue est étalée à la main sur des plaques en aluminium puis pressée par une grille de moulage, permettant d'obtenir entre 12 et 24 fromages d'un seul geste. L'ensemble est mis au repos pendant 24 heures à 20°C.
- Les fromages sont ensuite démoulés pour le pré-essuyage à 12 °C pendant 36 heures jusqu'à la formation d'une légère croûte.
- L'affinage s'effectue dans un hâloir à 12°C avec une hygrométrie inférieure à celle du pré-essuyage, pendant 2-3 jours. Un ensemencement peut être effectué à partir de souches de champignons sélectionnées (spécifiques des causses), achetées dans le commerce, dans le cas où la qualité du lait laisserait envisager une mauvaise évolution de la flaveur du fromage suite au développement de certains micro - organismes.

Vingt fromages sont obtenus à partir d'un kilo de caillé et de 5 litres de lait. En moyenne 3,2 fromages sont produits par litre de lait.

La commercialisation des fromages

Dans cette exploitation, tous les fromages sont vendus avec l'appellation « Rocamadour fermier » :

- 50 % de la production annuelle est acheminée vers le marché de gros à Rungis. La production régulière de fromages permet un approvisionnement constant de ce segment de marché.
- 18 % des fromages sont aussi commercialisés sur l'exploitation au prix de 3,5 F l'unité, et 38 à 40 F la douzaine. Cette vente directe peut varier dans l'année : elle concerne 50 % des ventes l'été.
- Le reste de la production est confié à des négociants pour le marché de Nîmes et divers crémiers régionaux.

Cas n°2 : exploitation familiale non engagée dans une production en AOC

L'exploitation est aujourd'hui dirigée par une épouse de retraité. Le troupeau est petit (moins de 50 têtes).

La conduite de l'élevage

Les chèvres de race alpine sont nourries en étable l'hiver, avec du foin de l'exploitation. Au printemps, elles sont menées dans les prairies et l'été dans les bois qu'elles

nettoient. Une ration de grains, en partie produits dans l'exploitation, est ajoutée à leur ration matin et soir (orge, avoine, soja acheté). Selon notre interlocutrice « *c'est l'herbe qui fait le fromage* ». Les chèvres sont donc dehors toute la journée et rentrées le soir.

Ici, on ne favorise pas de mises bas groupées : le bouc est tout le temps avec les chèvres. Cependant, la majorité des mises bas a lieu en février. L'utilisation du lait pour les fromages n'intervient qu'après le sevrage des chevraux[8] : de ce fait, pendant cette période, la production de fromages diminue fortement. C'est finalement de mars à octobre/novembre que la fabrication de fromages est réellement possible.

La transformation du lait

Elle s'effectue dans un atelier réaménagé il y a douze ans pour être conforme à certaines normes d'hygiène mais ceci n'a pas nécessité de lourds investissements[9]. Ce minimum de transformations, réalisées essentiellement dans une logique d'amélioration des conditions sanitaires de fabrication, a permis de conserver un droit de commercialiser localement les Cabécous produits à la ferme. L'itinéraire de transformation est marqué par les étapes suivantes :

- Deux traites sont réalisées quotidiennement. Les chèvres produisent en moyenne 2 litres de lait par jour pendant la période de lactation.
- L'atelier de transformation est situé dans une cave, sous la maison. Le caillage, première opération dans l'atelier, dure 24 heures. Il est réalisé dans un placard aménagé (carrelage et ventilation naturelle) : le lait toujours en faibles quantités est transféré dans un seau.
- Vers la fin du caillage, on verse « *de la présure de pharmacien* » en faisant varier les quantités selon les saisons ; du petit lait peut être rajouté en hiver (pas l'été pour éviter le goût piquant). Selon la température extérieure, la porte du local est ouverte ou fermée. Enfin, pour assurer une bonne température de caillage, le seau est posé sous une lampe allumée en permanence : cette technique n'est pas une originalité ni une prouesse technologique pour notre interlocutrice car elle l'a vue pratiquer dans le Ségala avec succès : il fait en permanence entre 18 et 20°C dans cette cave.
- L'égouttage, opération caractéristique dans l'élaboration du Cabécou, dure 12 heures. Ici, il se décompose en deux étapes : le caillé est d'abord déposé sur une passoire de cuisine au dessus d'un seau puis, dans un deuxième temps, il est salé et déposé dans une poche en tissu dont la productrice garantit qu'il « est aux normes »[10], accrochée à une tringle au dessus d'un seau. Le petit lait issu de cet égouttage lent est récupéré puis donné aux chèvres.
- On étale ensuite la pâte crémeuse avant de la presser avec une grille de moulage en plastique. L'abandon des moules en faïence, légèrement plus gros que les plaques de moulage aujourd'hui disponibles sur le marché, date d'une dizaine d'années. Le changement technique opéré dans cette exploitation en faveur de ce type de plaque est justifié par l'avantage significatif qu'il représente : gain de temps pour façonner plusieurs fromages à la fois (douze fromages) ; gain aussi sur le temps d'entretien du matériel.
- Auparavant, l'affinage s'effectuait dans un garde-manger. Depuis 12 ans il s'effectue dans une petite salle, aérée en permanence avec un simple ventilateur. Les fromages sont jugés prêts au bout de 5 jours l'hiver et au bout de 3 jours en été. Ne disposant pas de chambre froide, l'exploitante stocke ses fromages dans un réfrigérateur.

---

[8] Chevreaux qui sont vendus au boucher à 1 mois (10 à 12 kg à raison de 24 F/kg).

[9] Dans cette exploitation, on parle toujours de « *cabécou* », en faisant explicitement référence à une tradition familiale. Dans la première exploitation, au contraire, on parle de « fromages Rocamadour »…

[10] Il faut en effet disposer d'une matière poreuse favorisant un égouttage lent et régulier. Si le marché des fournisseurs officiels d'outils de fromagerie permet de se procurer des poches d'égouttage standardisées, l'exploitante préfère se contenter d'une matière utilisée depuis longtemps, présentant les mêmes avantages techniques qu'une poche standard : le voile destiné à la confection des jupons. Les contrôles sanitaires réguliers auxquels est soumise cette exploitation ont vérifié et reconnu l'efficacité de cette matière.

En été, 1 litre de lait donne 3 fromages contre 4 à 5 en hiver. Ceci s'explique par la présence plus importante de petit lait en été.

Notre interlocutrice résume ainsi son processus de fabrication : « *Je sale à vue d'oeil, je moule avec ma plaque (12 portions), puis je mets les fromages sur des grilles, renversées douze heures plus tard. Le séchage se fait dans une petite pièce chauffée l'hiver... Ici tout est naturel. Pour les AOC, l'affinage se fait avec de l'humidité, ici il n'y a pas d'humidité* ».

La commercialisation des fromages

Pour la vente, ses clients viennent pour la plupart à domicile : ils connaissent l'exploitation depuis longtemps ou viennent sur les conseils du voisinage quand ils sont de passage (un panneau indicateur permet de retrouver l'exploitation sur le territoire de la commune). Mais l'exploitation fournit également sur commande un restaurant et une épicerie à Livernon. De fait, tous les clients sont localisés dans un rayon de 6 à 7 km (sauf les touristes). La stratégie de commercialisation de l'exploitation, telle qu'elle nous est présentée, n'a jamais été orientée vers une « exportation » des produits ni vers une démarche jugée contraignante (en temps) de vente sur les marché. La fixation des prix, l'organisation des ventes, s'appuient avant tout sur les pratiques du voisinage (concernant les prix) et sur une série de contraintes techniques ou de variations saisonnières perçues et énoncées comme des régularités. Enfin, la qualité du produit fini varie, elle aussi, et modifie légèrement les demandes de sa clientèle : ainsi par exemple, en mars le fromage est vendu au bout de 5 jours. Mais au bout de 3 jours, il est déjà crémeux. A la fin du printemps, en été, la demande est plus forte et les fromages se vendent alors qu'ils sont encore bien frais.

Cas n°3 : laiterie-fromagerie artisanale produisant des fromages en AOC

Jusqu'en 1986, le directeur de cette laiterie est exploitant en GAEC avec son frère, spécialisé en vaches laitières. En 1991, il crée une S.A. (à partir d'investissements progressifs) et transforme les bâtiments agricoles en fromagerie. Entre 1991 et 1998, ses activités ne cessent de s'étendre. En 1994, il reprend une cave d'affinage à Rocamadour, ce qui lui permet d'affiner du caillé d'origine fermière et de le commercialiser sous l'appellation « Rocamadour fermier ». En 1995, il investit encore dans du matériel et de la main-d'œuvre pour sa laiterie-fromagerie. Actuellement, celle-ci emploie 50 salariés, collecte 2 500 000 litres de lait frais (dans et hors zone AOC) et 800 000 litres-équivalent de caillé (dans l'aire d'appellation). Le lait caillé collecté puis affiné sur place permet de fabriquer du Rocamadour fermier tandis qu'une partie du lait frais (extérieur à la zone d'appellation) permet de façonner toute une gamme de fromages hors AOC.

La fromagerie s'appuie sur un vaste réseau de producteurs-fournisseurs présenté comme un réseau d'affinités, localisé en Corrèze, en Lozère, dans le Lot et le Cantal. Tous les fournisseurs sont rémunérés suivant une grille de paiement intégrant divers critères de qualité laitière (taux de matière grasse, flore, taux de cellules...). Le caillé est payé à l'extrait sec obtenu en fin de transformation.

La fromagerie propose ainsi sur le marché :

- 50 % de Cabécou en AOC Rocamadour dont 10 % en Rocamadour fermier. A elle seule, cette fromagerie offre sur le marché 45 % du Rocamadour commercialisé en AOC. Quatre fournisseurs l'approvisionnent en fromage frais, dans des proportions très fluctuantes, mais lui permettent aussi d'avoir droit à l'appellation « fromage fermier » ; en effet, selon le cahier des charges, le fromage fermier doit être fabriqué à partir de lait de la ferme et affiné pendant 2 jours sur son lieu d'origine ; la fromagerie récupère ensuite les fromages pour terminer l'affinage.
- 40% de fromage à pâte molle (pavé du Lot, brique de Quercy).
- 10% de spécialités originales (Cabécou aux lardons, au magret...), « produits à vie courte », permettant d'utiliser au mieux les laits provenant de régions extérieures à l'aire d'appellation.

La commercialisation de ces produits touche divers segments de marché :

- la grande distribution, au niveau national : c'est un marché en expansion selon notre interlocuteur ;
- les grossistes : c'est au contraire un marché qui régresse, mal organisé (d'après

notre interlocuteur) ; Rungis n'achèterait que 2% de la production ;

- d'autres marchés, nouveaux, hors territoire du Quercy, (petites et moyennes surfaces régionales). Il est intéressant de constater que la stratégie de cette unité de transformation est entièrement tournée vers l'extérieur et qu'aucun marché local n'est concerné de manière significative par ses produits.

3. Relation au milieu physique et à l'histoire du Quercy

Si l'on synthétise rapidement les énoncés de nos différents interlocuteurs en les rattachant à leurs pratiques d'élevage, la relation du produit avec le milieu physique se manifeste essentiellement à travers :

- l'alimentation du bétail qui peut avoir des répercussions sur la composition du lait (flore, acides gras...) et donc sur le fromage : l'herbe des parcours ou des prairies artificielles du Quercy est partout considérée comme déterminante pour la qualité spécifique du produit final ; elle est donc accessible aux chèvres le plus souvent possible et dans des proportions variables[11];
- l'air des causses qui contient, selon certains, des micro-organismes contaminant le lait du Quercy notamment au cours de l'affinage, donnant au fromage une flaveur particulière ;
- quelles que soient les variations observées dans les pratiques d'élevage et de fabrication de fromages, tous les producteurs affirment que le Rocamadour est un produit des causses, lié aux terres calcaires ; et pour tous, sur les terres voisines du Ségala par exemple, on ne peut produire le même fromage (terres acides avec une flore différente).

La race des chèvres quant à elle, n'a rien de locale. Mais l'histoire du Cabécou nous montre bien que les fromages pouvaient être issus de laits différents. Historiquement, ce n'est donc pas la matière première qui fait le produit, mais bien plutôt un milieu particulier[12] associé à un savoir-faire local, ancré dans une tradition forte d'élevage et de transformation du lait en fromages.

Le lien entre la production fromagère et le milieu existe bien dans ces systèmes de production de Rocamadour, même si personne ne partage forcément le même point de vue quand il s'agit de préciser de quelle manière le terroir influe sur la qualité du produit final et sur sa spécificité. Cependant, ce lien semble se distendre dans la filière AOC, du fait d'une standardisation des techniques et des matières premières, pour répondre aux exigences d'homogénéité des productions définies par le cahier des charges.

En présentant maintenant les principales positions et quelques points de vue énoncés par les acteurs autour de leurs productions spécifiques, sur les plans cognitif, technique et institutionnel, nous pourrons mieux identifier les propriétés de cet attachement à un territoire.

4. Relation aux savoir-faire

La tradition fromagère dans la région du Quercy est attestée par l´histoire locale : c'est ce qu'affirment de manière unanime tous les acteurs locaux, de la Chambre d'Agriculture aux agriculteurs en passant par le Musée. Elle repose sur un savoir-faire essentiellement familial, répondant aux évolutions du milieu, de l'économie régionale et des exigences de consommation. En outre, la mémoire orale nous montre que cette tradition, ce savoir-faire, ne sont pas fixés par un cadre normatif de règles de production, ni protégés par un groupe d'artisans spécialisés : toutes les familles possédant un peu de bétail savent et peuvent confectionner des fromages sous les appellations Rocamadour ou Cabécou, à partir de tous types de lait (brebis, chèvre et vache). En étant appliqué de manière plus exclusive au lait de chèvre, ce savoir-faire ne

[11] Suivant les capacités fourragères des exploitations, leurs surfaces disponibles et la charge en bétail.

[12] Plus précisément d'après les propos des exploitants : un type de sol (celui des causses) et de végétation.

s'est pas profondément modifié, du moins si l'on se réfère aux souvenirs des exploitants retraités (cas n°2). La modification la plus profonde du savoir-faire se situe plus récemment (dans les quinze dernières années), avec l'application obligatoire de normes d'hygiène qui viennent bouleverser les ateliers de fabrication (outils, gestes, aménagements de l'espace de travail) mais dont la matérialisation s'est étalée dans le temps, les capacités d'investissement étant limitées dans la plupart des exploitations. L'engagement dans une filière AOC entraîne à son tour des modifications supplémentaires. Mais dans la mesure où la démarche officielle de qualification est volontaire (à l'inverse de la mise aux normes sanitaires, sanctionnée par l'interdiction de vendre dans un rayon supérieur à 100 km), l'acquisition de nouveaux savoir-faire en cohérence avec le cahier des charges constitue un processus, lui aussi volontaire, où l'éloignement par rapport à une tradition ou à un « avant l'AOC » est accepté, voire revendiqué, comme vecteur d'un renouvellement de l'exploitation (ouverture de marchés, diversification des produits, reconversion professionnelle). Dès lors, l'abandon d'une tradition technique ouvre la voie d'une intégration plus forte au marché pour un produit dont la spécificité semble alors juste symbolique.

Dans les trois cas que nous avons décrits, seul le second correspond en définitive à un mode de production ancré dans une continuité familiale, traditionnelle. Mais si la transmission du savoir-faire est assurée par la mère, l'acquisition de nouveaux savoirs ne semble poser aucun problème puisque l'exploitante reconnaît que « tout le monde peut faire du fromage à condition qu'on lui ait montré comment faire ». Aucun secret de métier n'est revendiqué, au mieux un tour de main, une capacité d'apprécier l'état du fromage aux différents stades de sa maturation, sont nécessaires.

Les cas n°1 et 3 ne se sont engagés dans l'activité fromagère qu'au début des années 1990, et leurs démarches respectives répondent à des stratégies opportunistes sur le plan économique. On se souvient néanmoins du fromage de chèvre de la grand-mère mais on affirme dans les deux cas que le fromage AOC n'a plus rien à voir avec « l'ancien » et que les méthodes traditionnelles ne permettent pas d'obtenir un bon fromage[13] : « Tout a changé ! ».

Le savoir-faire de l'exploitant (cas n°1) a été acquis par une formation auprès des techniciens de la Chambre d'Agriculture et trouve ses sources dans une connaissance générique (on le voit bien d'ailleurs à travers l'usage fréquent dans le discours de références chimiques ; le savoir-faire s'appuie ici sur un savoir scientifique) où, par opposition, la tradition apparaît comme le domaine de l'aléatoire ou du domestique[14]. Agissant dans le cadre d'une reconversion de son exploitation vers le développement de produits « à la ferme » ou garantis par un label de qualité pour des segments de marché plus larges, l'exploitant a rapidement délégué l'atelier de transformation à un salarié, pour pouvoir continuer à se consacrer à diverses activités d'élevage (chèvres, chevaux, pintades). Ce sont donc aujourd'hui les salariés et le technicien qui détiennent et mettent en oeuvre un savoir-faire au service de l'exploitation, dans laquelle d'ailleurs l'exploitant se dit simple « bouche-trou » en matière d'activité fromagère. Pour lui, la norme AOC interdit toute innovation sans l'aval du technicien, sur un savoir et un processus technique qu'il ne maîtrise pas.

Du côté de la laiterie-fromagerie (cas n°3), le savoir-faire est essentiellement rattaché au passé d'éleveur et de producteur laitier. La création d'une laiterie fromagerie répond, elle aussi, à une stratégie de reconversion, exclusivement consacrée à la transformation du lait. Mais, au contraire de l'exploitant précédent, son directeur met en oeuvre et revendique un savoir-faire « plus pointu », tout en étant dans le même type de configuration (main-d'oeuvre salariée qui

---

[13] Le bon fromage ici mériterait d'être exploré de manière plus approfondie, dans de prochaines enquêtes : selon ces premiers entretiens, le goût des consommateurs, leurs attentes sur l'apparence même du fromage, auraient changé. Enfin la capacité du fromage à se conserver tout en gardant la même apparence, tout au long de l'affinage, constituerait un critère de jugement essentiel pour déterminer le bon du mauvais Cabécou.

[14] On a en effet relevé dans certains commentaires que la fabrication traditionnelle de Cabécou était avant tout une fabrication domestique et qu'elle ne pouvait donc, par définition, proposer des produits réguliers, de qualité, sur le marché.

applique le savoir-faire exigé par la norme) ; il invoque volontiers sa spécialisation dans la fabrication fromagère et la maîtrise technique qui en découle, lui permettant de jouer sur les différents paramètres du procédé et d'influer sur le goût du produit final : « *Les producteurs de fromage à la ferme font tout ; ce ne sont pas des spécialistes ; ici on est spécialisé dans la fabrication du fromage... ; nous essayons d'apporter un plus au niveau de l'affinage* ». Cette maîtrise technologique justifie sans doute son point de vue sur les règles actuelles de l'AOC Rocamadour : le cahier des charges n'est pas un texte figé, une norme exclusive, c'est avant tout un outil de référence et de reconnaissance. L'innovation reste donc possible et susceptible de modifier la norme. Il adopte ainsi une position offensive, et s'il fallait justifier de la classification officielle de son entreprise dans le secteur artisanal, c'est sans doute à ce niveau au moins ; l'artisan est en effet toujours, et avant tout, un spécialiste dont la maîtrise totale d'un savoir-faire permet en permanence d'innover. Cette spécificité artisanale est d'ailleurs renforcée par la perception du métier qu'il défend aujourd'hui : la situation idéale est celle où les producteurs de lait ne font pas de fromages et s'en tiennent à un seul métier, celui de l'élevage laitier, déléguant à d'autres la tâche spécialisée[15] de la transformation : « *on ne peut pas tout faire correctement ; il vaut mieux s'en tenir à ce qu'on sait faire* ».

L'observation des techniques de fabrication du Cabécou nous amène d'autres éléments d'analyse : en effet, celles-ci peuvent nous informer autrement sur le caractère spécifique du produit. Ici, c'est évidemment l'opération de pré-égouttage qui constitue une opération originale, permettant de distinguer parfaitement le Cabécou d'autres fromages à base de lait de chèvre : sa consistance, son goût, changent. Même si les outils du pré-égouttage se sont standardisés, le procédé reste le même : un Cabécou est un fromage de chèvre issu d'un pré-égouttage, procédé spécifique au Quercy mais aussi à tout un ensemble régional (Lot, Corrèze, ...). L'identité territoriale d'une technique est évidente ici-même si elle est élargie à un espace plus vaste que le Quercy. Celui-ci apparaît là comme un « sous-espace » représentatif d'un territoire plus large.

Mais le discours des exploitants présente d'autres arguments en faveur d'une spécificité du Cabécou, où cette opération de pré-égouttage ne semble pas si déterminante. Nos interlocuteurs sont unanimes : le goût du fromage constitue un objectif prioritaire[16]. Cette spécificité du goût est évidente : « *avec un Rocamadour, on ne peut pas se tromper* ». Selon le directeur de la laiterie-fromagerie, la seule différence de goût devrait même suffire à justifier une identité ou l'appellation Rocamadour. Toute l'activité de transformation s'effectue donc en vue d'une saveur recherchée. Mais la trajectoire professionnelle et le niveau de maîtrise technique de chacun des producteurs influent largement sur le point de vue ou le choix de contrôler certaines opérations jugées stratégiques pour l'obtention de cette saveur spécifique. Ainsi, pour le directeur de la laiterie, « *tout se passe dans l'affinage* » alors que pour l'exploitant n°1 c'est plutôt l'élevage et l'alimentation qui priment. Il est lui-même éleveur et son savoir-faire en la matière reste vecteur de son identité professionnelle et territoriale : il appartient au groupe des éleveurs des causses dans le Quercy, et toutes ses activités le démontrent clairement puisque son exploitation est centrée sur l'élevage (de chèvres, de pintades, de chevaux). Le fromage est ici un produit secondaire en termes d'activité, porteur d'une valeur ajoutée. Pour le cas n° 2, l'herbe, l'alimentation et les conduites d'élevage sont déterminantes. Mais si l'exploitation est, elle aussi, centrée sur l'élevage, on y revendique aussi d'autres savoirs nécessaires pour maîtriser les variables qui interviennent dans la transformation (différence entre hiver et été, régulation de la température de caillage, ajout ou non de petit lait). Le côté presque aléatoire de certaines opérations, mis en avant par l'exploitante, relativise leur caractère stratégique, et sa maîtrise relève avant tout d'une expérience individuelle.

---

[15] D'autant plus spécialisée qu'elle repose désormais sur la connaissance d'un certain nombre de règles fixées aussi bien par le cahier des charges AOC que par la normalisation des procédés pour l'hygiène alimentaire.

[16] La forme, la taille ou la couleur du fromage sont rarement évoquées et tous les exploitants interrogés ont oublié les originalités du Cabécou mentionnés par les historiens (que l'on a très rapidement signalées dans ce texte).

Cependant, malgré cette diversité de points de vue, tous s'accordent pour donner une importance significative à l'affinage :

- L'exploitant n°1 dispose d'un hâloir à humidité et température maîtrisées, qu'il contrôle lui-même régulièrement en précisant que les variations dans l'affinage[17] font toute la différence entre un Cabécou et un autre type de fromage local : tout en appliquant les règles officielles d'affinage du Rocamadour AOC, il maîtrise justement suffisamment les effets de ces variations pour produire ponctuellement d'autres fromages (tomes de chèvres).
- Le cas n°2 réalise l'opération d'affinage dans une petite pièce aérée à l'aide d'un ventilateur, où ni l'humidité ni la température de l'air ne sont modifiées, permettant d'obtenir un produit fidèle aux attentes de sa clientèle. Par ailleurs, en jouant sur les temps d'affinage, l'exploitante peut offrir, aux périodes d'abondance de lait, différents types de Cabécou pour répondre aux commandes de divers clients.
- Le cas n°3 maîtrise aussi tous les paramètres de l'affinage et peut jouer dessus pour obtenir divers produits, répondant aux normes d'une AOC Rocamadour ou aux attentes d'une clientèle diversifiée.

En définitive, ces trois cas nous révèlent une évidente complémentarité des savoir-faire, des représentations et des formes de production d'une exploitation à l'autre. Les points de vue, tout comme les procédés techniques, ne s'opposent pas radicalement mais au contraire, ils présentent une palette de possibilités, de variations sur un thème, s'appuyant à la fois sur des trajectoires professionnelles différenciées et sur un minimum de représentations partagées du terroir local, des procédés et des opérations stratégiques permettant d'obtenir un Cabécou. Celui-ci apparaît bien alors comme un produit hybride, « fruit de compromis entre des individus aux parcours divers et entre des pratiques métisses, endogènes et exogènes » (Geslin, 2000). Autrement dit, si la démarche AOC apparaît dans un premier temps d'observation comme un processus de standardisation des techniques et des savoirs pour un produit générique, chacun s'y positionne pourtant en défendant (peut-être avec moins de vigueur dans le cas n°1), dans le discours comme dans la pratique, la spécificité de sa production fromagère, avec des arguments qui nous renvoient toujours à des trajectoires familiales ou à des acquis professionnels différenciés permettant à chacun de combiner des techniques et savoirs d'origines diversifiées. De ce fait, le cahier des charges de l'AOC Rocamadour ne constitue pas seulement un cadre de référence obligatoire mais bien le produit toujours imparfait d'expériences et de points de vue confrontés.

5. Relation au marché et aux consommateurs

Depuis une dizaine d'année, le marché lotois étant saturé, les producteurs ont développé leurs expéditions à l'extérieur du département, principalement sur le Sud-Ouest (Toulouse, Bordeaux), la région parisienne, et plus récemment, sur le Lyonnais et le Sud-Est. L'acquisition d'une AOC a permis de promouvoir une diffusion plus large du Cabécou et d'assurer un prix plus régulier, détaché des fluctuations saisonnières de la production. Selon les producteurs (cas 1 et 3), « *le prix est un signe de qualité ; casser les prix est préjudiciable à tous les producteurs de Rocamadour* ». Or, apparemment, certains font des promotions sur le Rocamadour (en vente locale) et pénalisent les autres. Selon nos interlocuteurs, il y a sans doute un prix minimum à respecter, pour les AOC comme pour les autres types de fromages, tenant compte des coûts engagés ou évalués avant la vente et qui devrait être discuté sinon obligatoirement respecté par tous, y compris par les « exclus de l'AOC ».

Mais l'acquisition d'une AOC constitue aussi un tremplin pour la commercialisation d'autres produits. En effet, l'exploitant fermier (cas n°1) s'est lancé dans la fabrication de palets à la demande de Rungis et de briques du Quercy, tandis que la laiterie (cas n°3) commercialise une série de

[17] Temps, température, taux d'humidité.

fromages à pâte molle avec des formes et des arômes variés.

Aujourd'hui, selon nos interlocuteurs, trois principaux circuits dominent :

- Circuit long (60 % de la production) : vente à des grossistes et à la grande distribution.
- Circuit court (25 %) : vente aux fromagers, restaurateurs, épiceries, à l'échelle villageoise ou départementale.
- Circuit direct (15 %) : vente à la ferme et sur les marchés locaux, assurée par les producteurs eux-mêmes.

Cependant, si « *l'AOC a favorisé des accords commerciaux* », le marché de l'AOC Rocamadour ne connaît pas une croissance significative. Il semble même en régression (ou en stagnation selon les points de vue). Les producteurs s'interrogent donc aujourd'hui sur les stratégies à adopter pour renforcer ou regagner le marché. Selon le directeur de la laiterie, la démarche de qualification en AOC doit être maintenant accompagnée de mesures pour (re)structurer le marché : « *il y a trop de metteurs en marché : 50 acteurs commercialisent le Rocamadour ; il y en a 30 de trop* » ; il faut donc favoriser les regroupements, diminuer le nombre de producteurs. Car trop d'entre eux ne savent pas vendre (« *un bon éleveur est rarement un bon commercial* ») et provoquent une concurrence déloyale en baissant les prix de manière arbitraire, ce qui est nuisible à l'appellation en général.

Si la laiterie-fromagerie ne remet pas en question la pertinence et les principes de la qualification en AOC, l'exploitation familiale (cas n°1) exprime de son côté des inquiétudes, des déceptions et surtout son incapacité à maîtriser ce que l'appellation recouvre à ses yeux : un processus, un produit et un marché sur lesquels elle a finalement peu de compétences.

Face à la fragilité du marché de leurs fromages, l'exploitant comme le directeur de la laiterie ont adopté une stratégie similaire de diversification : en partant du même produit de base, le Cabécou, ils ont participé à la construction d'une image autour du Rocamadour à travers l'AOC, sur laquelle ils s'appuient pour proposer une gamme plus étendue de produits, soit pour des marchés extérieurs au Quercy (cas n°3), soit localement (cas n°1). La vente directe semble ainsi prendre une importance croissante dans le cas n°1, d'autant plus que se développent des formes nouvelles d'accueil de clients potentiels, soutenues par des organisations locales et régionales : les circuits de visites à la ferme mais surtout la création d'un Parc Régional du Quercy proposent et construisent de nouveaux espaces, élaborent une nouvelle image du territoire et de la production fermière, développent un tourisme vert pour lequel tous les exploitants sont sollicités puisqu'il se présente comme un média (Poulain, 1997)[18].

6. Relations avec les institutions

Aujourd'hui, pour produire du Cabécou, tout producteur doit se mettre aux normes sanitaires européennes (contrôle de la DSV[19]). Pour fabriquer du fromage « AOC Rocamadour », le producteur-transformateur doit répondre à un cahier des charges plus strict incluant des conditions de production à différentes étapes (contrôle de l'INAO[20]) : il réglemente les races utilisées, l'alimentation, diverses étapes de la transformation... Une troisième institution intervient dans la réglementation de ce produit : les commissions de dégustation qui permettent de contrôler la qualité gustative spécifique du Cabécou et à travers elle, l'offre d'AOC.

Est-il alors possible d'innover dans ce cadre institutionnel, malgré les règles imposées et face à la stagnation du marché ? Le directeur de la laiterie répond de manière catégorique que le cahier des charges peut et doit évoluer en permanence, être négocié.

---

18 « Non seulement il permet de vendre des marchandises (produits agricoles et artisanaux) ou des services (gîtes) au moment du séjour, mais il offre l'occasion d'accroître la notoriété de produits régionaux, stimulant ainsi leur commercialisation, en dehors des périodes touristiques, dans les réseaux traditionnels » (Poulain, 1997).

19 Direction des Services Vétérinaires

20 Institut National des Appellations d'Origine

L'exploitant n°1 rejoint son point de vue en insistant sur la nécessité d'intégrer, en amont de la filière, une nouvelle règle sur l'alimentation sans ensilage, et en aval de mieux informer le consommateur apparemment plus exigeant, avec des fondements réels : il faut donner un contenu plus strict à l'AOC pour convaincre le consommateur, le lier plus fortement à un terroir (« *le rêve retombe s'il n'a pas de base* ») mais aussi pour le rassurer de l'authenticité et de l'hygiène du Rocamadour, par opposition aux fromages qui, régulièrement sur le marché, dans les médias, « font parler d'eux » pour des problèmes d'hygiène. Qualité sanitaire et renforcement des liens au territoire sont ici étroitement liés (Pilleboue, 1999) dans le discours et les initiatives techniques.

Pour la laiterie, l'appellation permet d'éviter les dérives, et les règles ne figent pas l'évolution ; il y a encore beaucoup de liberté : « *avec le même process et le même cahier des charges, on peut avoir deux produits complètement différents. On a tous la même technique mais les produits sont tous différents* ». Malgré les normes imposées, la marge de manœuvre reste donc importante malgré les pressions évidentes de la grande distribution.

Pour l'un comme pour l'autre, il faut maintenant « *faire pression sur le syndicat* » et garantir ainsi plus solidement une image. Car l'AOC, tout en étant contraignante, constitue aussi une démarche culturellement importante : « *pour les générations futures, si l'on veut préserver une production dans un marché et une région non compétitifs, il faut passer par ce type de démarche* » et *a fortiori* par un engagement dans le syndicat plus marqué.

Pour ces deux catégories de producteurs, l'institution est donc un outil de construction mais aussi de renforcement d'une spécificité. L'exploitation de retraités (cas n°2), exclue de l'AOC, s'oppose logiquement à cette vision, dans la mesure où, pour elle, c'est l'évidence de la tradition, la proximité et la fidélisation de ses marchés, qui définissent au mieux l'identité territoriale et la pérennité de ses produits.

Conclusion

L'exploitation la plus fortement attachée au terroir, au savoir-faire traditionnel refuse toute intégration à une démarche officielle de qualification dont les règles nouvelles sont jugées inutiles. Paradoxalement et malgré sa logique « de terroir », elle est aussi exclue de toute reconnaissance institutionnelle régionale alors qu'elle revendique un fromage spécifique, produit d'une identité territoriale et familiale. La tradition est pour elle un véritable objet de revendication, mais en faisant valoir des critères de performance et de qualité qui ne sont pas ceux du registre industriel (pour l'hygiène notamment) ou marchand, mobilisés par les autres exploitants, cette exploitation est effectivement rejetée « dans le champ des productions archaïques et des compétences obsolètes » (Delfosse & Letablier, 1999).

L'exploitant le plus récemment engagé dans une démarche de qualification en AOC (cas n°1) s'est approprié toutes les règles de l'AOC dans une logique essentiellement marchande. Il revendique pourtant, tout autant que la précédente, un fromage caractérisé par une forte identité, produit sur un terroir d'élevage spécifique, avec un savoir-faire hybride, spécifique et ancien pour l'élevage, totalement générique et nouveau pour la transformation du lait. Inquiet devant le devenir des fromages en AOC sur le marché, il se positionne finalement pour une amélioration de l'image du produit fermier à travers une meilleure cohérence des règles, mettant l'accent sur les conditions d'alimentation du bétail.

La laiterie-fromagerie est avant tout dépendante de son approvisionnement en lait. La spécificité des produits qu'elle défend ne s'exprime qu'à travers les relations contractuelles[21] et fidélisées qu'elle entretient avec les producteurs et transformateurs locaux. De plus, très engagée dans l'AOC (45 % de ses produits), elle diversifie ses produits et revendique une capacité à faire évoluer les règles et à trouver de nouveaux accords entre fromagers, notam-

[21] Le directeur de cette laiterie précise que les contrats sont presque tous oraux, l'essentiel étant de maintenir de bonnes relations.

ment autour des prix, pour renforcer le marché fragile du Rocamadour.

Le fromage Rocamadour en AOC n'a plus aujourd'hui que de lointaines similitudes avec la tradition à laquelle il se réfère pourtant. Changements sociaux, normalisation des pratiques d'hygiène, recherche de segments de marché nouveaux, accroissement de la production et règles de l'AOC, sont quelques-uns uns des facteurs qui ont participé à la rapide évolution de ce fromage familial. Or, bien qu'éloigné de cette tradition qui légitime pourtant sa qualification officielle, le Rocamadour est présenté par les lotois comme un élément de leur patrimoine historique, de leur identité territoriale et alimentaire.

Si le savoir-faire autour de sa fabrication s'est progressivement normalisé, d'autres signes et surtout d'autres arguments sont défendus par les producteurs pour justifier la construction d'une spécificité fromagère locale à travers le Rocamadour : des compétences, des caractères agro-climatiques locaux, mais aussi la nécessité de revaloriser l'agriculture et l'élevage lotois et de désenclaver la région, notamment face au marché puissant des produits gastronomiques du Périgord dont l'image n'est plus à construire mais dont les effets seraient dévastateurs pour les terroirs voisins s'ils n'y réagissent pas.

Mais la défense d'un terroir précis, validée par la mise en place d'une aire AOC Rocamadour, ne semble plus suffisante pour garantir la commercialisation des fromages du Lot. Les exploitants rencontrés sont aujourd'hui confrontés à la nécessité de diversifier leurs produits mais aussi de construire de nouvelles articulations avec les acteurs locaux. Plusieurs stratégies collectives, non exclusives les unes des autres, sont alors identifiables : réorganiser les réseaux d'approvisionnement ou de commercialisation, s'engager plus fortement auprès des fournisseurs de lait ou dans le syndicat de l'AOC ou encore dans les négociations avec le Parc Régional et les communes.

Ces deux institutions proposent d'ailleurs actuellement de nouvelles formes de valorisation (et donc de nouvelles règles) des produits du Quercy, passant notamment par le tourisme vert (visites, hébergements, goûters, circuits, à la ferme)[22]. Les exploitants sont ainsi poussés à repenser leurs savoirs et leurs produits pour construire une autre territorialité : l'aire de production AOC ne serait plus seulement une référence pour écouler des fromages spécifiques et défendre un patrimoine face à une Europe uniformisatrice, elle constituerait aussi, désormais, un « patrimoine à visiter » (Delfosse, 1999), organisé sur de nouveaux types d'échanges nécessaires entre producteurs et organisations de promotion du Quercy, sur différentes filières d'une part (fromages, agneaux, gras par exemple), entre producteurs et consommateurs d'autre part. Dans un contexte d'homogénéisation technologique des procédés, il semble désormais nécessaire pour les producteurs de développer « le jeu social » sous toutes ses formes[23], et dans ce cadre l'AOC, constitue bien un support de développement local (Ricard, 1999) et son cahier des charges un outil de négociation forcément évolutif.

La dynamique qui se construit autour de cette appellation révèle que le renforcement ou la pérennisation d'un système agro-alimentaire localisé ne repose pas forcément sur une homogénéisation des techniques, des pratiques agraires ou des produits, mais avant tout, sur de nouvelles coordinations entre acteurs locaux, autour de références et d'objectifs communs, avec l'appui d'institutions diverses. Le partage d'une histoire reconstruite des Cabécous, la volonté commune de proposer un fromage spécifique et qualifié à une clientèle locale mais diversifiée par le tourisme vert, la création de structures d'accueil d'un Parc Régional qui intègrent les producteurs, rendent compte en partie de la diversité des négociations et formes de coordination possibles.

De plus, les points de vue, les débats soulevés par les habitants du Quercy rencontrés lors de nos enquêtes, montrent bien que la normalisation des techniques, la délimitation d'un terroir « protégé », les réglementations européennes, la syndicalisation des agriculteurs par filière ne suffisent pas pour garantir l'écoulement d'un

---

22 On rejoint ainsi d'autres constats établis dans d'autres sites d'appellation, en particulier celui de C. Delfosse (1999) pour les Bries.

23 On rejoint ici l'analyse proposée par J. Froc, N. Trift et S. Scheffer, 1999.

produit qualifié. Leur participation croissante à des espaces collectifs institutionnalisés (tourisme vert, Parc Régional), portés par des règles et relations nouvelles entre acteurs locaux[24], caractérisés par des formes d'actions non agricoles, leur paraît de plus en plus nécessaire pour renforcer le marché de certaines productions de qualité et finalement pour garantir la pérennité de leurs exploitations dans une « zone de déprise agricole ».

La réactivation de la tradition ne concerne pas seulement le Cabécou dans le Lot. D'autres produits sont aujourd'hui l'objet de réflexions, de négociations et de procédures de qualification (le safran par exemple), autour desquels se construisent de nouveaux réseaux d'acteur. Comme les producteurs de fromages, les acteurs concernés s'engagent ouvertement dans une valorisation de leurs patrimoines, définis dans ce type de contexte comme une combinaison d'acquis historiquement situés, associant un milieu et des techniques spécifiques, pour jouer un rôle régulateur face aux incertitudes du marché et du métier d'agriculteur.

Bibliographie

Bazalgues G., 1994. Le Cabécou de Rocamadour, *Quercy Recherche*, 77 : 37-43.

Barou J., 1997. Les gastrolâtres. Rituels et fonctions des sociétés gastronomiques lyonnaises, *Ethnologie française*, XXVII (1) : Pratiques alimentaires et identités culturelles, Armand Colin, Paris : 9-17.

Corcy J.C., Lepage M., 1991. *Fromages fermiers ; techniques et traditions*, éd. La maison rustique, Paris.

Delfosse C., 1999. Interactions entre qualités et territoires. L'exemple des Bries, *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 6 : 41-49.

Delfosse C., Letablier M.T., 1999. Comment renaissent les fromages ? L'époisses, le rocroi, le soumaintrain, *in* C. Bromberger (dir.), *Carrières d'objets*, éd. de la MSH, *Cahier* 13 : 161-180.

Froc J., Trift N., Scheffer S., 1999. Une loi, des concepts, des mots et des produits, *in* Béranger, C., Valceschini, E. (coord.), *Qualité des produits liée à leur origine*, Actes des séminaires des 10 et 11 décembre 1998 à Paris, INRA, Action Incitative Programmée "AOC", Action Incitative Programmée "origines et qualité des produits agricoles et alimentaires", 290 p.

Geslin P., 2000. *Référents théoriques*, Coordination territoriale des activités agroalimentaires : synthèse de programmes de recherche menés en France. Repères pour les PVD, CIRAD-TERA, Action Thématique Programmée n°99/40, Montpellier : 34 -41.

Maïzi P. (dir.), 1998. Dynamiques techniques et identités territoriales. Agneaux, fromages et vins dans le Lot, Projet commun de recherche CNEARC-CIRAD-INRA : Systèmes agroalimentaires localisés et construction de territoires, *Etudes et travaux 13*, CNEARC, 86 p. et annexes.

Pilleboue J., 1999. La qualité agro-alimentaire et ses territoires productifs, *Sud-Ouest Européen, revue Géographique des Pyrénées et du sud-ouest*, 6, déc. 99 : La qualité agro-alimentaire et ses territoires, Presses Universitaires du Mirail : 1-8.

Poulain J.P., 1997. Goût du terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe, *in* Pratiques alimentaires et identités culturelles, *Ethnologie Française*, 1.

Ricard D., 1997. *Stratégies des filières fromagères françaises*, éd. RIA, Cachan, 223 pages.

Ricard D., 1999. Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères, *Sud Ouest européen, Revue géographique des Pyrénées et du sud-ouest*, 6, déc. 1999, Presse Universitaire du Mirail, Toulouse : 31- 40.

[24] Il serait intéressant à ce sujet de voir de quelle manière des liens sociaux sont réactivés par ces nouvelles institutions, dans ce type de région où les agriculteurs sont éloignés les uns des autres dans l'espace et se plaignent de leur isolement social.

Etud. Rech. Syst. Agraires Dév., 2001, 32 : 195-207

Les appellations d'origine dans la genèse des droits de propriété intellectuelle

Marie-Angèle HERMITTE[1]

Juriste, Directeur de recherche au CNRS

Note des éditeurs

Les appellations d'origine représentent un rameau peu connu des droits « intellectuels ». Elles méritent que cet ouvrage leur ouvre une fenêtre. En effet, travailler sur les systèmes agroalimentaires localisés implique de prendre en compte ces dimensions importantes que sont les aspects juridiques. D'autant plus que sur de nombreux terrains, les chercheurs ont la chance d'observer, voire de participer à l'élaboration de ces normes et règles d'exclusivité et, en ce sens, à la construction du local. C'est pourquoi nous apprécions de pouvoir reprendre ici le texte d'une intervention de Marie-Angèle Hermitte sur « Les représentations de la qualité dans les dispositifs juridiques »[2].

Partant du cadre général des droits de la propriété intellectuelle, M.-A. Hermitte nous livre une approche nécessaire et éclairante sur l'histoire des idées et de leur propriété. Chemin faisant, elle nous montre les mécanismes qui sous-tendent le passage de la propriété des idées et de l'industrie à celle, avec les AOC, de la création d'un marché réservé. L'explicitation de ces changements l'amène à revisiter la vision classique en sciences sociales de la « tradition » et celle, sans doute plus d'actualité, des rapports entre terroirs et sociétés. Ces appellations consacrent, comme le souligne l'auteur, le « travail commun de l'homme et de la nature pour élaborer un produit ».

Labels of origin within the genesis of intellectual property rights.

The issue of labels of origin is a poorly known branch of 'intellectual property rights'. Investigating localised agri-food systems means taking into account the important dimension of legal aspects. This is all the more necessary since researchers are given the opportunity of observing and even participating in the elaboration of exclusivity regulations and standards at many of their study sites and thus take part in the construction of locality. Starting from the general framework of intellectual property rights, Marie-Angèle Hermitte provides us with a necessary and clarifying approach to the history of ideas and of their property[3]. Meanwhile, she highlights the underlying mechanisms at play in the passage from the property of ideas and of the industry to that of creating a reserved market in the case of AOCs. In explaining these changes, she re-examines the classical view of 'tradition' in the social sciences and that, maybe more topical, of the relationship between terroirs and societies. As the author puts it, these labels establish the 'joint work of people and nature in elaborating a product'.

---

[1] 105, rue Haxo, 75020 Paris - mahermit@club-internet.fr Tél. 01 43 64 12 68 / 06 09 45 50 89 - Fax. 01 43 64 29 09.

[2] Action Incitative Programmée INRA sur la « Construction sociale de la qualité » (in Casabianca & Valceschini (eds), Rapport final de l'AIP, INRA-SAD, 1996).

[3] *Cited from the text of M.A. Hermitte's oral presentation at the workshop "Representations of quality in legal frameworks" (INRA research programme on the social construction of quality: in Casabianca & Valceschini, eds. Final AIP report, INRA SAD, 1996).*

Je dois en premier lieu fixer les termes de la commande qui m'a été faite, car elle a sans doute influencé la manière dont j'ai abordé les appellations d'origine, rameau peu connu des droits dits « intellectuels », en ce qu'ils ne porteraient ni sur une chose (droits réels), ni sur une personne (droits personnels) mais sur un objet abstrait (droit d'exploitation exclusive, qualifié de droit intellectuel). Il s'agissait de déterminer si les appellations d'origine s'inséraient logiquement dans le développement général des droits de propriété intellectuelle, institution de la philosophie des Lumières, ou si au contraire elles n'étaient pas une résurgence des corporations, réanimée par une obscure mouvance écolo-pétainiste. Il s'agissait là d'un sujet de recherche de longue haleine, qui mériterait une analyse fine de l'ensemble de l'évolution des appellations d'origine, depuis la loi de l'an XI jusqu'à la récente réglementation européenne assortie de sa jurisprudence, car elle présente l'avantage de bien montrer les enjeux culturels de ce droit, grâce à l'affrontement international qui en accentue les traits. Après de courtes incursions dans ce corpus, il apparaît que l'étude pourrait être passionnante[4].

L'hypothèse que je peux dégager de cette première approche permet déjà de fixer quelques repères provisoires. Il me semble que si l'on en était resté aux premiers équilibres des droits de propriété intellectuelle, peu nombreux, autonomes au regard de l'ordre juridique général, ayant des caractères communs bien fixés, les appellations d'origine en seraient effectivement assez éloignées, et évoqueraient irrésistiblement un retour au droit des corporations. Si, à l'inverse, on prend en compte l'aspect actuel des droits intellectuels, multiples, complexes, ayant peu de caractères communs, et surtout pièces parmi bien d'autres au sein du droit de la concurrence et, plus largement, du droit économique, l'appellation d'origine n'est plus qu'un élément d'un système qui s'est étonnamment diversifié ; on peut même se demander si son fonctionnement ne révèle pas une certaine avance. Je m'explique.

Quand, à la Révolution, on supprime toutes les structures juridiques liées aux corporations et au pouvoir royal, on casse dans le même mouvement l'organisation de la qualité, la répression des fraudes et la promotion du progrès technique, objectifs divers réalisés par des structures juridiques communes. Or les juristes des Lumières vont s'intéresser à la promotion du progrès, bien davantage qu'aux autres objectifs, et pour ce faire, vont consacrer la « propriété des idées » par le brevet et le droit d'auteur, et faciliter le commerce en créant les signes distinctifs, marque et nom commercial. L'une des grandes innovations est de rendre ces droits autonomes de toute autre considération. Ils les veulent neutres, peu reliés au reste de l'ordre juridique, ne s'intéressant pas au mérite, ni à la qualité, ou à la fraude. Toute nouveauté industrielle peut être brevetée, quel que soit son intérêt ; toute œuvre originale est protégée, quel que soit son mérite. On considère que les autres objectifs, que l'on délaisse un peu, doivent être poursuivis par d'autres instruments : le droit pénal, et, plus tard, le droit de la consommation, de la concurrence, de l'environnement... Ils prendront au minimum un siècle de retard et nombre de dysfonctionnements contemporains sont peut-être à mettre au compte de ce décalage chronologique entre une approche linéaire et simple du progrès technique, et l'approche plus qualitative et plus intégrée que l'on tente de mettre en œuvre aujourd'hui.

Une longue évolution commence, qui va se traduire par une plus grande complexité des droits intellectuels, un combat permanent entre leur autonomie et leur intégration à l'ordre juridique général, la multiplication des types de droits de propriété intellectuelle entre lesquels il devient difficile de trouver des points communs. Finalement, le seul élément qui reste commun consiste à conférer un droit exclusif, à créer un marché protégé sur lequel on dispose d'un pouvoir d'exclure les concurrents. A ce titre, l'appellation d'origine est un droit exclusif parmi beaucoup d'autres. Il est plus difficile de situer ses autres caractéristiques, et tout particulièrement la manière dont il mêle d'autres

4 Certes, les études sur les appellations d'origine ne manquent pas, et l'on n'est pas en terrain vierge. Mais il me semble que le droit y a peu joué son rôle car, depuis le grand traité de Plaisant et Jacq, il a été limité à sa fonction réglementaire. Il n'est jamais envisagé au regard du reste de l'ordre juridique, ni vraiment étudié dans sa fonction sociale, en relation avec les autres disciplines concernées.

considérations, comme la qualité des produits ou la conservation d'une race animale, aux conditions de reconnaissance du droit. Cela peut être analysé comme un retour aux méthodes de l'Ancien droit, mais on peut au contraire le relier à des tendances de pointe du droit contemporain. C'est cette double possibilité qu'il convient de travailler.

1. De la propriété intellectuelle au droit de la concurrence

Sur deux siècles, les conceptions des droits de propriété intellectuelle vont évoluer considérablement. Quand, à l'origine, on parlait de propriété des idées et de l'industrie, on va parler aujourd'hui de création d'un marché réservé. Et le système de l'exclusivité s'est montré si efficace, que l'on cherche à le démultiplier : un système économique est un ensemble qui ne repose pas seulement sur l'innovation, mais sur la multiplication de segments d'activité rentables, qu'ils soient ou non innovants ; or la rentabilité est facilitée par l'exclusivité : c'est donc l'ensemble de la vie économique que l'on cherche à faire profiter de droits exclusifs. Pour un marché protégé autrefois, on a aujourd'hui une multiplicité de micro-marchés fonctionnant sous droit exclusif : alors qu'une œuvre ne concernait que le seul auteur, elle donne désormais naissance au droit de l'auteur d'origine, puis aux droits exclusifs des interprètes, des producteurs de phonogrammes, vidéogrammes, multimédias, produits dérivés, banques de données, etc., sans même parler ici des phénomènes de distribution exclusive, en aval de la production. Les droits intellectuels sont, de manière bien plus visible qu'autrefois, un élément parmi d'autres, d'un système plus vaste de création par le droit de micro-marchés protégés.

1.1. Le premier état des propriétés intellectuelles

▪ En 1789, on conçoit le brevet et le droit d'auteur sur le mode du droit de propriété, droit naturel qui préexiste à sa reconnaissance par la société. C'est un *droit « primitif »* comme le dira Mirabeau : « *Les découvertes des industries et des arts étaient une propriété, avant que l'Assemblée Nationale ne l'eût déclaré, mais le despotisme avait tout enchaîné, jusqu'à la pensée* » ; et à l'Assemblée Nationale : « *Considérant que toute idée nouvelle dont la manifestation ou le développement peut devenir utile à la société appartient primitivement à celui qui l'a conçue et que ce serait attaquer les droits de l'homme dans leur essence que de ne pas regarder une découverte industrielle comme la propriété de son auteur* »[5]. L'appellation d'origine est un droit primitif, exactement conforme à ce modèle de pensée comme de nombreuses décisions de justice l'ont mis en valeur.

▪ Les droits de propriété intellectuelle sont des droits exclusivement *humains,* au sens où ils ne concernent que des créations humaines comme le droit d'auteur ou la marque, et des efforts humains de maîtrise de la nature comme le droit de brevet. L'appellation d'origine rompait de manière radicale avec ce modèle. Elle pourrait être qualifiée de droit « naturaliste » au sens où elle consacre le travail commun de l'homme et de la nature pour élaborer un produit.

▪ Ce sont des droits d'*essence temporaire* ; ils apparaissent en tant que droits privatifs dans le patrimoine d'une personne, physique ou morale, puis tombent dans le domaine public : le contrat social qui fonde leur existence prévoit toujours les conditions de ce retour au domaine public. Pour ce qui concerne le droit de brevet et le droit d'auteur, les choses sont claires. L'Etat s'engage à donner une exclusivité et à la protéger contre les empiétements des concurrents ; en échange de quoi, l'inventeur publie son invention, l'auteur divulgue son œuvre, et l'invention ou l'œuvre protégées tombent dans le domaine public au bout d'un certain temps : *l'exclusivité est une contrepartie temporaire de la mise dans le patrimoine commun.* Le droit de marque a un schéma un peu plus compliqué. Il naît avec l'enregistrement de la marque et ne meurt en principe qu'avec la mort de l'entreprise qui en a fait le dépôt. Mais il est en quelque sorte fragile. Si la

---

[5] Le droit de marque va rompre avec ce modèle : il ne relève guère des droits de l'homme, sinon de manière très indirecte au regard de la liberté d'entreprendre et de la propriété des résultats de son industrie.

marque n'est pas défendue, elle meurt comme marque, en devenant générique. L'appellation d'origine est imprescriptible car le terroir est immortel, immémorial dirent parfois les tribunaux.

▪ Ce sont des *propriétés individuelles*. Certes, elles sont essentiellement détenues par des personnes morales (sauf le droit d'auteur), mais il s'agit de la personne morale en tant qu'individu, être moral comme on disait au XIX[e], et non de la collectivité des salariés de l'entreprise. Ici encore, l'individualisme de la philosophie des Lumières est prégnant. L'appellation d'origine est un droit collectif, et reste collectif même si elle se trouve détenue par un seul titulaire.

▪ Ce sont des *instruments de progrès*, d'un progrès perçu comme consubstantiel de la nouveauté, ne pouvant venir que du changement permanent. Seul le droit de brevet relève complètement de cette problématique. Le critère du droit d'auteur est l'originalité, concept tout différent, mais qui implique tout de même une création, et donc l'idée de faire advenir une œuvre qui n'existait pas auparavant. On ne répète pas, on ne conserve pas une tradition ; le folklore, le travail de restauration, de sauvetage de récits ou de traditions ne sont pas, traditionnellement, protégeables par le droit d'auteur[6]. Quant aux signes distinctifs comme la marque ou le nom commercial, ils doivent être nouveaux bien sûr, mais il ne s'agit pas là de progrès, simplement de ne pas provoquer de risque de confusion. Le progrès est alors second : c'est en donnant des instruments de protection que l'on permet l'échange, le commerce, qui sont indirectement facteurs de progrès technique, économique et social. L'appellation d'origine, par sa référence aux « usages constants », est en rupture avec cette idéologie. Le progrès, qui peut être aussi une référence, est perdu tout autrement ; il vient du maintien d'une tradition qui a trouvé sa perfection, et non du changement.

▪ Ce sont des droits qui peuvent être *aliénés*. C'est même une de leurs raisons d'être. Disposant d'un droit exclusif, l'inventeur ou l'auteur peut le négocier dans des conditions intéressantes puisqu'il transfère son pouvoir de monopole. L'appellation d'origine est inaliénable comme le terroir.

▪ Enfin, ce sont des droits *neutres, peu intégrés au reste de l'ordre juridique*. Ils ne se préoccupent pas de qualité, de défense du consommateur, très peu du respect de l'ordre public. Ils ont pour objet d'inciter à inventer, à créer, à faire du commerce et rien d'autre. L'appellation d'origine intègre, par essence, de multiples objectifs.

On ne peut que constater une profonde rupture entre les droits intellectuels classiques et l'appellation d'origine. S'il s'agit dans les deux cas d'exclusivité et de droits de l'homme, toutes les autres caractéristiques sont différentes. Les choses deviendront moins tranchées avec l'évolution des droits intellectuels.

1.2. La marche vers la complexité et la diversification

Les droits intellectuels étaient à l'origine des propriétés simples, aux caractères bien trempés. Le temps allait se charger rapidement de rendre les choses plus floues. En deux siècles, les droits de propriété intellectuelle vont devenir plus complexes, se relier davantage à l'ordre juridique général, se diversifier et se multiplier.

La réinsertion dans l'ordre juridique général va se marquer surtout en droit des brevets et en droit d'auteur. En droit des brevets, cela va se marquer d'abord par le phénomène des exclusions à la brevetabilité, aujourd'hui en forte régression. Il peut s'agir de protéger un espace de liberté pour les scientifiques, et les lois scientifiques seront exclues de la brevetabilité ; il peut s'agir de protéger des consommateurs trop crédules, et les produits pharmaceutiques seront exclus de la brevetabilité tant que la préparation et la vente des produits pharmaceutiques ne sera pas régulée par l'Etat, pour que leurs inventeurs ne puissent pas utiliser leurs brevets comme gages de qualité et d'efficacité thérapeutique. On exclut aussi les produits de la nature et les procédés naturels qui semblent mal entrer dans un schéma de pensée de maîtrise de la nature. On exclut les inventions contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs. La promotion du progrès technique n'est plus le seul objectif du droit de brevet ; il s'ouvre, de

[6] mais de fortes pressions existent en ce sens, cf. 1.2.

manière marginale certes, sur le reste du système social. Une seconde étape sera franchie quand, avec le développement du droit européen de la concurrence, les droits intellectuels seront soumis, pour le meilleur et pour le pire à l'ordre public de la concurrence, ordre bien plus global qui envisage le système économique dans sa totalité et détache les intérêts des utilisateurs de l'objectif d'incitation au progrès technique.

En droit d'auteur, le mouvement est bien plus profond. Celui-ci va acquérir au cours du XIX[e] siècle une double nature, droit économique d'un côté, droit de la personnalité de l'autre : on va rendre justice à cette double nature en séparant le régime juridique des droits patrimoniaux, cessibles comme n'importe quel bien et limités dans le temps comme un droit de brevet, et celui du *droit moral, inaliénable et imprescriptible comme tous les droits de la personne*. Le droit moral, empreinte de la personne dans un droit économique, donne à l'auteur un certain nombre de prérogatives qu'il conserve par delà toutes les mutations successives de son œuvre. Inaliénabilité et imprescriptibilité sont des caractères que l'on retrouvera dans les appellations d'origine. Le mouvement est fondamental car il inaugure la complexité dans les droits intellectuels, complexité qui sera poussée à ses extrêmes limites par l'appellation d'origine.

Dans le même temps, l'évolution des techniques va obliger à appliquer le droit des brevets à de nouveaux objets. Il va démontrer sa souplesse en s'adaptant successivement à la révolution électrique et à la révolution chimique, mais la chimie va le contraindre à des évolutions drastiques où les concepts de base vont perdre leur solidité, leur clarté (brevetabilité des familles de corps, inventions de sélection). L'avènement de la biologie achèvera ce mouvement, déstabilisant en profondeur les notions de découvertes, de produit de la nature, de reproductibilité de l'invention, etc. Le brevet gagne sans cesse du terrain, mais ses modalités d'application deviennent opaques.

Le XX[e] siècle, surtout dans sa seconde moitié, va multiplier d'une part les titulaires de droit, d'autre part les objets protégeables par des droits intellectuels. Contraintes d'englober de nouvelles réalités pour lesquelles elles n'étaient pas faites, les catégories deviennent de plus en plus lâches. Du côté des titulaires de droits, le mouvement est particulièrement frappant en droit d'auteur. Ce sont par exemple les producteurs -de disques ou de cinéma- qui vont bénéficier d'un droit dit « voisin » du droit d'auteur, puis les artistes interprètes. Mais on trouve aussi des auteurs de décors de théâtre, déclarés co-auteurs de l'œuvre principale ; et aujourd'hui se pressent de nouvelles catégories revendiquant un droit d'auteur : tous ceux qui « sauvent » un folklore, une langue, des traditions en voie de disparition, et revendiquent un droit d'auteur sur leur travail, ou les restaurateurs à qui un tribunal put reconnaître une « originalité relative », ou encore une collection de voitures que la Cour d'appel de Paris qualifia, non pas d'œuvre de l'esprit mais « d'œuvre de l'homme », que son nouveau propriétaire ne pouvait détruire ou recomposer librement. Sans parler de la manière dont une œuvre, qui avait autrefois un auteur unique disposant d'un droit d'auteur unique, donne désormais naissance à une multiplicité de droits quand elle est exploitée sur des supports multiples (disque, vidéo, TV, karaoké, CD ROM), insérée dans une base de données et éclatée en droits dérivés sur des T-shirts et des pots de moutarde). Cette multiplication des titulaires de droits divers est importante, car elle démontre bien que l'objectif devient alors la multiplication des types de marchés à exploiter sur le mode de l'exclusivité.

Du même coup, nombre de certitudes s'effondrent : le droit d'auteur n'est plus vraiment un droit de la création quand il est revendiqué pour des collections ou des restaurations ; c'est alors, dans le droit fil des appellations d'origine, le besoin de mémoire qui crée le droit. Certes, le mouvement n'est pas achevé mais la tendance est forte.

Du côté des nouveaux objets protégeables, les créateurs de variétés végétales se virent reconnaître en 1961 un droit d'obtention végétale, droit *sui generis* original, dont le régime juridique intégrait l'idée que l'obtention était le résultat d'une activité humaine mais aussi de processus naturels : pour la première fois, on n'était plus totalement dans l'ordre des droits humains

mais dans la collaboration homme-nature. D'un autre côté, il s'agissait bien de la création de variétés *nouvelles*, critère classique. Mais très vite, on reconnut l'intérêt, économique et patrimonial des « vieilles variétés végétales ». Alors, la FAO inventa le « droit des agriculteurs », droit imprescriptible des communautés rurales sur les variétés ancestrales : celui qui les ramasse pour en intégrer les qualités dans des variétés modernes, doit payer une redevance. L'imprescriptibilité, si contraire aux droits de propriété intellectuelle, pénétrait le système en 1989.

On travaille aujourd'hui à un droit d'obtention animale qui serait attribué aux acteurs de la sélection animale traditionnelle, sélectionneurs de vaches Holstein, de porcs Large White ou de chèvres Alpine. Ce serait un droit collectif et lui aussi imprescriptible, sauf abandon définitif de la race en sélection.

Depuis 1985, les créateurs de logiciels disposent d'un droit d'auteur largement amputé du droit moral. A l'inverse, les créateurs de semi-conducteurs sont protégés par un droit *sui generis*.

On est bien obligé de constater que les grandes certitudes qui traçaient le profil commun de toutes les propriétés intellectuelles, sauf l'appellation d'origine, sont mortes. Certains droits sont collectifs, et même quand ils ne le sont pas, les marchés imposent des produits qui sont des additions d'œuvres ou d'inventions fonctionnant comme des droits collectifs. Certains droits sont imprescriptibles, et l'objectif de mémoire est entré à la marge des droits intellectuels.

Les spécialistes, plutôt que de parler de propriété industrielle ou de droits intellectuels, en viennent à parler de mécanisme de « réservation de la valeur »[7]. Réduits à cette seule caractéristique, les droits intellectuels ne sont plus qu'un système d'exclusivité, parmi bien d'autres, depuis les systèmes de distribution sélective jusqu'aux différents labels de qualité. C'est le triomphe d'un mécanisme concurrentiel global qui privilégie la multiplication des pouvoirs de monopole sur des micro-marchés. Autrement dit, la propriété intellectuelle n'est plus seulement un instrument d'incitation au progrès, pur de toute autre considération, mais un élément parmi d'autres de la forme moderne d'organisation de la concurrence, intégré à l'ordre public de la concurrence qui le soumet à des objectifs divers où la promotion du progrès est mise en compétition avec le maintien de la concurrence par d'autres compétiteurs, la structure des prix, l'intérêt des utilisateurs de disposer de facultés de choix, etc.

En s'intégrant à l'ordre public de la concurrence, les droits intellectuels perdent de leur autonomie et de leur pureté. Envisagées de ce point de vue plus large, les appellations d'origine ne constituent plus une exception, dont le particularisme peut inquiéter, mais bien plutôt une institution représentative des tendances contemporaines du droit économique.

2. L'appellation d'origine, originalité et modernité

2.1. Le retard chronologique de l'appellation d'origine

L'appellation d'origine, si développée sous des formes diverses sous la Monarchie, eut un certain mal à se réinsérer dans le schéma général de développement du droit économique issu de la Révolution. Pourtant, il fallut se rendre à l'évidence dès sa suppression : « *la Révolution vint faire justice de ces entraves, mais le régime de liberté apporta abus et excès* ».

A une époque ou les mouchoirs de Cholet, les toiles d'Elbeuf, les soieries de Lyon, etc. étaient des signes clairs de qualité et, plus encore de procédés de fabrication précis, les fraudes dans l'utilisation des noms géographiques furent immédiates, multiples, et portèrent le plus grand tort au commerce français et aux consommateurs. Dès l'an XI, on fut conscient de la nécessité de réagir, et on commença à interdire les mentions du type « façon Elbeuf ». Le texte resta sans

[7] Leur propos n'a rien à voir avec le notre ; il vise surtout à désamorcer les critiques avancées contre le pouvoir de monopole conféré par le brevet. Il n'empêche que leur analyse comporte une large part de vérité.

application : infraction définie de manière trop étroite, peine trop lourde. C'est le début du retard du droit de l'appellation d'origine par rapport aux autres droits intellectuels et plus largement du retard de la recherche de qualité par rapport à l'incitation au progrès.

La première véritable mais timide tentative est donc celle de la loi de 1824 qui porte sur l'utilisation des noms : les noms, ceux des fabricants et ceux des lieux de fabrication, sont tous mis sur le même pied. Il s'agit, aux yeux de tous, d'une véritable propriété industrielle : le grand traité de Bedarride, en 1869, porte sans distinction sur les brevets d'invention, les marques, et les noms de fabricants et de lieux de fabrication. L'aventure de l'appellation d'origine recommence donc par un « droit au nom » qui ancre l'institution dans une approche personnaliste autant que commerciale. Les titulaires du droit sont, à titre collectif et non individuel, les fabricants d'une ville qui produisent dans un certain périmètre et selon certaines normes de qualité, deux caractères étrangers et même contraires au droit des brevets ou au droit des marques. « *Véritable propriété industrielle* », dit Bedarride[8], le nom de lieu géographique garantit à chacun les « *résultats de ses efforts, les fruits de son intelligence* », c'est donc un droit primitif, comme toutes les autres propriétés industrielles. De ce rattachement fort aux institutions de l'industrie, les juristes tirent une conclusion qui va accentuer le retard du développement du droit : « *Ce qui s'en induit, c'est que les produits naturels du sol, les fruits de la terre qui se vendent sans préparation ni manipulation préalable, sont laissés par la loi de 1824 en dehors de ses dispositions* »[9]. Cette vision sommaire des produits agricoles va les laisser un certain temps de côté, et limiter le bénéfice de ce droit aux produits textiles, aciers et aux produits d'extraction ; on est dans une détermination du même type que celle du droit des brevets qui excluait les « produits de la nature de la brevetabilité ». C'est un droit de la maîtrise de la nature et non de la coopération avec « les forces naturelles d'une région », comme le diront plus tard les tribunaux.

C'était un mauvais calcul ; sauf cas exceptionnel, tous ces produits de l'industrie régionale vont rapidement perdre leur lien au terroir et rejoindre l'universalisme de la grande industrie, se suffisant du droit des brevets et du droit des marques. Qu'importe, la loi de 1824 avait imposé quelques idées fortes : le lien d'une production à un lieu géographique, le caractère collectif de la titularité du droit, la réception de considérations de qualité liées au respect d'usages professionnels au sein d'une propriété intellectuelle. Rapidement, on admettra que certains produits de l'agriculture sont en même temps des produits manufacturés ; ce fut le cas du vin, de la liqueur des Chartreux et du Roquefort[10].

Mais il faut bien prendre conscience du caractère marginal de la loi de 1824. Tout au long du XIX^{e}, l'idéologie libérale opposera des obstacles difficiles à franchir à toutes les considérations de qualité et de protection des consommateurs. Les fraudes de toutes sortes arriveront à un point tel que les exportations de produits français en souffriront ; la santé publique est mise en péril. Ce n'est qu'au début du XX^{e} siècle que l'obstacle sera franchi, dans les textes en tout cas, avec la loi de 1905 sur la répression des fraudes et la loi de 1919 sur les appellations d'origine. Il y a donc un siècle de retard entre la construction d'un droit de l'incitation au progrès, sourd à toute autre considération, et celui qui vient rappeler la nécessité d'organiser la qualité des produits, la loyauté des transactions, la protection des consommateurs. On peut aller plus loin. C'est sans doute à partir de la fin du XIX^{e} que se construisent lentement toutes les institutions juridiques qui vont tenter de corriger les dysfonctionnements du libéralisme sauvage. Il y aurait alors une continuité logique entre l'invention du droit moral de l'auteur, le droit du travail, la répression des fraudes, les lois de santé publique. Par ses liens avec la loyauté des transactions et la répression des fraudes, l'appellation d'origine appartiendrait à ce

---

[8] Bedarride J., 1869. Commentaire des lois sur les brevets d'invention, sur les noms des fabricants et des lieux de fabrication, sur les marques de fabrique et de commerce, Paris, Ernest Thorin, 276.

[9] ibid, p. 417.

[10] Notons que dans les causes du retard que prend l'appellation d'origine, les réticences des anglo-saxons interviennent pour une part importante, empêchant la signature de traités internationaux qui, seuls, peuvent donner toutes ses dimensions à une telle institution.

courant, ce qui contredit ou, au minimum, brouille l'image d'un retour au droit des corporations.

2.2. L'appellation d'origine, droit du paradoxe

Une image brouillée, ou plus exactement paradoxale : c'est peut-être la caractéristique la plus évidente de cette institution qui emprunte ses différents traits à des branches du droit qui, généralement, s'excluent les unes les autres. En choisissant le système du droit exclusif, on en fait un droit privatif, mais ce choix repose sur le fait qu'il s'agit d'un patrimoine, à la fois local et national qu'il convient de protéger. C'est un droit économique qui trouve sa rentabilité en empruntant nombre de ses traits aux droits de la personne ; c'est un droit humain sur un terroir, mais en même temps un droit du terroir lui-même dont les titulaires humains ne sont pas vraiment libres de faire ce qu'ils veulent ; c'est un droit privé, pour la collectivité qui l'exerce, mais il révèle nombre de mécanismes issus du concept de souveraineté ; c'est une propriété industrielle mais inaliénable et imprescriptible. On le verra, enfin, son titulaire est une collectivité et non un individu, ce qui est en soi une originalité, mais c'est surtout une communauté de transmission qui ne peut être réduite à l'ensemble de ses membres actuels. En fait, et c'est ce qu'il convient de démontrer, l'appellation d'origine se rattache à trois grands domaines de la pensée juridique qui, normalement, s'excluent : les droits intellectuels, les mécanismes de la souveraineté territoriale, les droits de la personnalité, mélange unique en son genre, il faut bien le reconnaître.

On peut s'interroger sur l'origine de ce mélange. Consacrée plutôt que créée par le législateur, l'appellation d'origine a manifestement trouvé ses caractères profonds dans les pratiques et les revendications des collectivités concernées d'une part, dans leur reconnaissance et leur formalisation par le juge d'autre part. Il serait important de reprendre une analyse historique fine du rôle du juge local dans la gestation de ce droit si particulier : les tribunaux de St Pons, Bordeaux ou St Affrique ont su restituer avec talent une vision de l'alchimie des hommes et du terroir, donnant à ce droit une légitimité qu'il n'aurait peut-être pas acquise autrement ; la délimitation des terroirs qui devait être faite par décret en application de la loi de 1905, fut un échec qui provoqua dans certaines régions de véritables émeutes, alors que la délimitation par le juge au cas par cas, telle qu'elle fut instituée par la loi de 1919, fut au contraire une réussite. Retenons en tout cas, que le principe actif de la loi de 1919 fut de confier aux syndicats et associations professionnelles les actions en justice, action civile en reconnaissance d'appellation, action correctionnelle pour la répression des usages illicites. Là où l'action réglementaire de l'Etat s'était trouvée impuissante, la coopération entre les professionnels et le pouvoir judiciaire se montra efficace[11].

2.1.1. Le terroir, coauteur du produit

La plupart des originalités du droit des appellations d'origine découlent du fait que le terroir est considéré comme une sorte de coauteur du produit concerné. Cela lui donne trois de ses caractères : c'est un droit naturaliste, un droit personnaliste et un droit souverain.

C'est un droit naturaliste. Contrairement au brevet, et dans la ligne de ce que sera le droit d'obtention végétale, on n'est plus dans un face-à-face homme/nature, mais dans une coopération[12]. Il faut donc pouvoir démontrer l'influence du terroir sur le produit, indépendamment du travail humain. Il n'a droit à un nom que s'il peut être identifié comme producteur de spécificité. Les tribunaux du début du siècle se satisfaisaient d'idées assez romantiques sur « *la dépendance d'un élément organique du terroir* » [13], la saveur due à la seule flore du pays, le « *phénomène chimique d'après lequel les ferments se comportent en montagne d'une manière autre que dans la plaine* »[14], l'action des « *caves à fleurines naturelles dont l'existence est liée à une formation*

---

11 Cette phase est aujourd'hui pour partie dépassée, et le pouvoir réglementaire a pu retrouver son rôle normal.

12 On retrouve cette coopération même dans certains produits manufacturés, les toiles de Cholet par exemple dépendant du blanchiment avec l'eau de la région et du séchage sur certains prés.

13 Cour d'Orléans pour le refus de l'appellation camembert.

14 Tribunal civil d'Annecy pour le refus du Reblochon.

géologique du sol » pour le Bleu des Causses, de « *l'influence de la force naturelle constituée par l'air froid et humide s'écoulant à travers les fissures de la montagne du Combalou* » pour le Roquefort..., ce mot de force naturelle revenant souvent sous la plume des magistrats.

Aujourd'hui, les rédacteurs des décrets ne s'embarrassent pas de tant de motivations, déplacées vers les experts qui préparent la demande d'appellation dans un style plus scientifique. Il serait intéressant de réfléchir à ce qui pourrait se passer dans l'hypothèse d'une catastrophe, voire d'une simple modification écologique du terroir d'une appellation d'origine. Certains déclassements mériteraient d'être étudiés de ce point de vue. Il faut d'ailleurs noter que, contrairement au droit d'auteur qui ne prend pas le mérite en compte et au droit des brevets qui, en principe, ne tient pas compte de l'intérêt de l'invention, l'appellation d'origine ne s'intéresse qu'aux terroirs producteurs de qualité.

C'est un droit personnaliste et un droit souverain. Curieusement, le rattachement de l'appellation d'origine aux droits de la personne et à la théorie de la souveraineté lui donne les mêmes caractères d'inaliénabilité et d'imprescriptibilité, qui sont partagés par ces deux branches du droit : les droits de la personne comme le territoire sont inaliénables, insaisissables et imprescriptibles.

D'une certaine manière, la collectivité, et le terroir sont considérés par le droit comme co-auteurs du produit, et c'est le terroir qui donne le nom. De même que chaque personne physique a un nom qui constitue un attribut de la personne, chaque terroir identifiable disposerait de cet attribut qui le désigne. Il sera à cet égard intéressant de montrer que la traditionnelle opposition entre les pays anglo-américains et les pays latins sur les appellations d'origine ne vient pas uniquement de l'absence supposée de terroirs des premiers, mais aussi d'une conception de l'état civil et du droit au nom qui est assez profondément différente d'un système juridique à l'autre [15].

Puisque le terroir, qui n'est pas borné par l'étendue de la vie humaine, est coauteur, il est logique que le droit à l'appellation « préexiste à sa jouissance » puisque le terroir était déjà là, et que la formalisation du droit ne vient que reconnaître ce qui existait déjà [16]. Cela explique également que ce droit ne puisse, sauf accidents qu'il conviendrait d'étudier dans le détail, devenir générique. Il ne peut tomber dans le domaine public disait Fernand Jacq : « *un nom de lieu est toujours un nom de lieu, il n'a de sens que comme tel et rien ne démontre, à vrai dire, sa prétendue chute dans le domaine public* »[17]. Il est en principe imprescriptible, d'où l'intérêt de se demander ce qui arriverait en cas de désordres écologiques dans une région protégée. R. Plaisant écrivait nettement : « *Comme le produit est la sécrétion du lieu, ainsi, le nom est témoignage de son origine. Admettre qu'un tel nom devienne générique est prétendre que l'on peut imiter par l'artifice les dons de la nature, c'est s'engager dans la voie d'une erreur et d'une duperie* ».

Cette exclusion du domaine public est un des paradoxes de l'institution, et non des moindres. En effet, la légitimité du droit à l'appellation est souvent rattachée à l'idée que ces produits de terroir sont plus que le travail d'une collectivité, un véritable patrimoine, de la région et, au delà, de la Nation. Le patrimoine est généralement classé dans la catégorie des biens publics. Or, ici, nous nous trouvons certes, devant une propriété collective, mais gérée par un droit privatif, par une sorte d'inversion des mécanismes classiques : c'est pour maintenir le patrimoine qu'on lui octroie une structure privative et non le statut de bien public.

Comme le territoire et le nom sont inaliénables, l'appellation est inaliénable, ce qui est non moins contraire au droit commun des droits intellectuels, qui servent à pouvoir réaliser des transferts de droits dans un cadre protecteur. On peut se demander toutefois s'il n'existe pas de fortes pressions pour casser en tout ou partie cette inaliénabilité, pour deux raisons.

---

15 Il serait manifestement intéressant de reprendre les positions diplomatiques des différentes régions du monde lors des négociations des conventions internationales.

16 Cf. toutefois la condamnation de l'utilisation de la dénomination Gaillac pour du vin rouge quand seul le blanc faisait l'objet de l'AOC.

17 Recueil Pataille, 1938.I.14.

La première est purement commerciale. La pratique de commercialisation des droits périphériques d'un droit principal est en pleine expansion. Il en va ainsi des droits de la personnalité : si la personne et certains de ses attributs sont inaliénables, d'autres le sont (la voix, l'image par exemple). Il en va ainsi des œuvres qui, d'une perspective unitaire à l'origine, sont aujourd'hui le support de la multiplication de droits dérivés. Certains titulaires du droit à l'appellation ne peuvent pas ne pas être tentés par cette pratique de la commercialisation des droits dérivés et de la commercialisation de l'image, en dehors de ses objets traditionnels : au fond, dans l'affaire récente qui a opposé les producteurs de Champagne à Y. St Laurent, les premiers auraient pu vouloir tirer des bénéfices de la commercialisation de leur nom sur un produit que l'on peut juger aussi prestigieux que le leur !

La seconde raison qui pourrait pousser à la commercialisation de l'appellation est d'ordre scientifique. Plus la connaissance des mécanismes qualifiés autrefois de « forces naturelles de la région » sera maîtrisée, plus il sera tentant de concéder l'usage d'un nom assorti des modes de fonctionnement précis des bactéries impliquées dans le processus de fermentation d'un fromage par exemple, des souches impliquées, etc.

Des précédents montrent que, faute de volonté politique affirmée, le droit ne s'opposerait pas, en lui-même, à cette dérive. En effet, les démembrements d'un concept, à l'origine unitaire comme la personne, le corps, l'œuvre, servent précisément à retirer du régime général certains éléments périphériques. Nul ne peut dire aujourd'hui si les collectivités titulaires auront de leur intérêt à long terme une vision suffisamment ferme pour échapper à cette évolution.

2.2.2. Le progrès et la mémoire

Les autres originalités découlent du fait que l'intervention humaine que l'on protège n'est pas un acte inventif ou créatif unique et fictivement instantané comme en droit des brevets ou en droit d'auteur, mais une lente stratification d'innovations successives et diverses, dont la trace est souvent perdue. Les innovations passées sont cristallisées dans des savoirs que le droit qualifie d'usages locaux, loyaux et constants. En assurer l'exclusivité par un droit intellectuel est une sorte d'inversion de l'idéologie des brevets : l'intérêt général n'est pas ici porté par un changement synonyme de progrès en soi, mais par la conservation d'un savoir traditionnel qui a trouvé son équilibre.

L'idéal technique du droit des brevets est clair : on protège l'invention, qui implique la nouveauté définie comme ce qui n'existait pas dans l'état de la technique. L'idéal technique de l'appellation d'origine est incarné par la notion d'usages constants que les tribunaux qualifient souvent d'immémoriaux. Il y a donc place désormais pour deux versions complémentaires de l'idéal technique : le changement, la mutation d'un côté, la conservation, le maintien d'une tradition de l'autre. En fait, les choses sont évidemment plus floues. D'un côté, le droit des brevets n'est pas fait pour intégrer une révolution scientifique, et certaines inventions seront déclarées non brevetables parce qu'elles sont inexplicables dans les cadres de référence de la pensée scientifique, alors que les appellations d'origine tolèrent de nombreux changements dans les techniques de fabrication s'ils font l'objet d'un consensus de la collectivité concernée. Notons qu'il pourrait revenir aux consommateurs la charge (et le droit) de s'opposer à certaines de ces innovations.

Comment, en créant de nouvelles appellations d'origine, peut-on concilier tradition et nouveauté ? A quelles conditions peut-on prétendre retrouver des traditions perdues ? Les réflexions poussées des anthropologues et des historiens à cet égard paraissent peu reprises par le droit. Il est probable aussi que, dans l'avenir, se multiplieront les conflits entre tenants d'une tradition exigeante et partisans de l'introduction d'innovations permettant le plus souvent la pénétration des procédés industriels.

La nature de la collectivité, titulaire du droit est bien difficile à définir. Elle ne ressemble en aucun cas à une entreprise, personne morale semblable à un individu qui naît et qui meurt. Il s'agit bien plutôt de la succession des producteurs liés à un terroir et maintenant des savoirs adaptés à ce terroir. Ils peuvent s'arrêter de produire et retrouver leur droit s'ils reprennent un jour la tradition.

Plutôt que d'une collectivité ayant une totale autonomie de la volonté, il s'agirait plutôt d'une communauté de transmission, ce type de communauté des morts et des vivants qui s'apparenterait à la Nation. Même dans les cas où une appellation était détenue par un seul propriétaire (Romanée Conti), la Cour d'appel de Paris a pu juger en 1985 que le droit qui s'exerce sur l'appellation reste un droit collectif. Ce caractère est donc dans son essence, quelles que soient les modalités particulières de l'appropriation.

Il n'est pas certain que l'on ait tiré toutes les conséquences du caractère collectif, ou plutôt transgénérationnel de cette propriété. S'il s'agit en effet d'un droit privatif, l'aspect patrimonial est néanmoins très développé, et ce depuis les origines, les tribunaux et la doctrine ayant insisté sur le fait qu'il s'agissait d'une propriété publique qui intéressait la Nation toute entière. On est dès lors étonné que les conflits sur les évolutions techniques des modes de fabrication n'aient pas plus souvent débouché sur des procès entre tenants de la tradition et tenants de l'évolution.

La différence entre ces deux conceptions du progrès, un progrès linéaire, automatique, issu mécaniquement du changement technique, et un progrès plus complexe, qui peut se satisfaire de la conservation de la mémoire, de l'entretien d'usages qui sont arrivés à un haut degré de perfection, conduit à ce qui est peut-être l'originalité la plus profonde de l'appellation d'origine au regard des autres droits de propriété intellectuelle. En effet, ce droit ne se limite pas à un rapport à son propre objet comme le droit de brevet, rapport à l'invention ou le droit d'auteur, rapport à l'œuvre. L'appellation d'origine implique une charte complexe qui se donne de multiples objectifs, délimitation du terroir actif, procédés de fabrication, utilisation d'une race animale précise élevée dans des conditions déterminées, utilisation de bactéries déterminées, de caves dont l'aménagement pourrait être contesté, etc..

Dès lors, de multiples objectifs vont coexister dans ce droit complexe. Pour ne donner qu'un seul exemple, on peut prendre celui des objectifs de sélection de la race tarentaise, utilisée pour la fabrication du Beaufort. L'idée de continuer à augmenter le nombre de litres de lait par vache a été abandonnée, alors qu'elle est très facile à réaliser. Mais cette augmentation de la productivité de chaque animal débouchait sur une diminution du nombre de têtes composant le cheptel, si l'on voulait éviter de casser les prix du fromage. Or, cette diminution du cheptel aurait mis en difficulté la fonction d'entretien des alpages que réalisent aujourd'hui les troupeaux. Il a donc été décidé d'en rester au palier de sélection le plus approprié pour assurer tous les objectifs, conservation de la race, quantité et qualité du lait, taille des troupeaux, entretien du paysage.

En réalité, l'appellation d'origine a une fonction sociale sans doute bien plus complexe et subtile que celle des autres droits intellectuels. Développée avec un certain bonheur aussi bien pour des productions prestigieuses comme le vin que pour les produits de régions traditionnellement difficiles, l'appellation d'origine permet de rendre rentables des produits et des modes de production qui ne le seraient pas autrement. La fonction sociale d'aménagement du territoire constitue un atout important de ce droit qui est aussi un outil de lutte contre la désertification.

2.2.3. L'appellation d'origine et le particularisme du procès

Tous ces particularismes retentissent fortement sur l'organisation du procès en matière d'appellation d'origine, en en faisant un cas probablement unique en droit. On sait qu'en 1919 -le propos est aujourd'hui vieilli-, on préféra passer par une reconnaissance judiciaire plutôt que réglementaire des terroirs. Dès lors, la pièce maîtresse du dispositif fut l'action en justice des syndicats professionnels. Mais l'objectif réglementaire initial s'était inscrit dans la procédure.

Tout d'abord, la décision de justice, contrairement à une règle immuable, n'est pas limitée aux parties en cause, mais rendue *erga omnes*, car il ne faut pas obliger le syndicat à recommencer sans cesse le même procès contre différents adversaires. D'autre part, dans le jugement, le juge fixe les conditions requises pour bénéficier de l'appellation, c'est-à-dire qu'il statue automatiquement *ultra petita*, au delà de la demande des

parties. Enfin, et ce n'est probablement que la conséquence des deux premiers particularismes, la Cour de cassation contrôle les usages en droit, alors qu'en principe, dans tous les autres domaines, l'appréciation des usages relève du pouvoir souverain des juges du fond. Du coup, le pourvoi en cassation est suspensif, comme en matière d'état des personnes (effet procédural de l'essence personnaliste de ce droit). Il faut donc bien admettre que l'on a systématiquement des arrêts de règlement, contraires aux principes généraux du droit.

Conclusion : sur la modernité de l'appellation d'origine

Cette première approche m'a fait apparaître plusieurs éléments qui, malgré les apparences, interdiraient de penser que l'appellation d'origine ne serait que le retour du droit des corporations. Le premier est sont rattachement à une vision plus maîtrisée du capitalisme : apparue en même temps que les grandes institutions de l'Etat-providence, l'appellation d'origine est fortement ancrée dans une recherche de qualité des produits qui était, à l'époque, très liée à la construction de l'idée de santé publique, via la répression des fraudes.

On constate ensuite que l'appellation d'origine s'intègre mieux qu'on ne le croit à l'évolution générale des droits intellectuels, du moins dans son dernier état, celui qui organise la multiplication des systèmes d'exclusivité, sur des micro-marchés dans le cadre élargi du droit de la concurrence. L'appellation d'origine pourrait même constituer un exemple typique de ce phénomène, montrant que l'on crée ainsi des micro-marchés à forte valeur ajoutée à partir de systèmes de production et de produits normalement condamnés par les règles classiques de la compétitivité sur le grand marché.

Enfin, et c'est probablement l'élément le plus important : les agriculteurs et éleveurs qui participent à ces systèmes créent ou sont insérés dans une action collective qui, le plus souvent, leur permet un niveau de vie satisfaisant dans une région qu'ils aiment ; ils sont à l'opposé des défauts communément reconnus à nos systèmes de production : perte d'identité, de valeurs, d'intérêt pour le travail et la production, désertification.

Etud. Rech. Syst. Agraires Dév., 2001, 32 : 207-209

Post-face

Systèmes agroalimentaires localisés

Réflexions d'une anthropologue

Annie HUBERT[1]

CNRS - UMR 5036 « Société, santé, développement »

Dans une période où pour la plupart des chercheurs non concernés et du public en général, la mondialisation est synonyme d'uniformisation et d'appauvrissement, il est réconfortant de lire les analyses de chercheurs sur les divers processus actuels qui inscrivent l'innovation et la diversification dans le développement agricole et économique local.

Peut-on parler d'une « réactivation » du local ? Il me semble au vu des textes ici réunis, qu'il s'agit plutôt d'un processus d'innovation qui s'appuie sur un substrat « local » pour la création d'une production de groupe à connotation identitaire et à la recherche d'une garantie de « qualité ». Il s'agit d'un mouvement que l'on pourrait qualifier de planétaire, nous en avons ici des exemples en Amérique Latine et en Afrique, même si les analyses présentées concernent surtout la France. On peut sans doute retrouver des exemples comparables en Asie et j'en connais en Australie. Ce qui me paraît intéressant sociologiquement et culturellement parlant, c'est la mise en place d'un réseau de production localisé, fonctionnant en système fondé sur la notion de ressources locales historiquement constituées. Cette historicisation de la production peut d'ailleurs être construite virtuellement et a posteriori, comme on peut l'imaginer entre autres, pour l'exemple brésilien du bassin laitier de Gloria.

Le plus souvent, il est fait appel à la notion de « terroir », mot particulièrement français et intraduisible. Mais comment se définit un terroir ? On le lie à la « tradition »; or cette dernière est une continuelle construction et réinvention d'un contexte passé, génération après génération. Rien de moins stable et immobile que la « tradition » qui tend à se réadapter et à se reformuler à chaque légère transformation du contexte. La création d'un système localisé de production s'inscrit donc dans un processus dynamique et innovant. En même temps, pour mettre en avant sa spécificité, il faut qu'il s'appuie sur une histoire et un territoire bien défini. On imagine mal une agro-industrie, une entreprise si petite soit-elle, qui « retourne aux méthodes passées » ; on ne revient jamais en arrière. D'où un constat possible : l'idée de production du terroir, de localisation géographique spécifique, de définitions de normes d'AOC censées protéger une production ancrée dans une histoire et une tradition, sont en fait des constructions récentes qui donnent une qualité spécifique aux représentations des producteurs comme des consommateurs.

Cette fragmentation de la production agricole alimentaire sur des territoires spécifiques, impliquant toute la communauté locale, déconstruit quelque peu la notion de filière et permet d'établir efficacement des productions familiales ou artisanales en un vrai système localisé à forte connotation

[1] Annie Hubert est directeur de recherche au CNRS et enseigne à l'Université Victor Segalen Bordeaux 2 (Case 71 - 146, rue Léo Saignat - 33076 Bordeaux cedex).

identitaire. Et de manière surprenante, on apprend par l'exemple du blé dur, que cette territorialisation d'un produit peut fonctionner dans un système agroalimentaire industrialisé, de manière totalement invisible pour le consommateur.

Ce qui nous mène à un autre aspect de la question, celui de la qualité et de l'instauration de normes. L'Europe, avec les IGP et les AOC, réglemente ces productions localisées, instaurant des normes rigides permettant d'identifier le produit et de maintenir ses caractéristiques et sa qualité de manière constante. Si ces règlements protègent les producteurs et rassurent les consommateurs, ils empêchent aussi, peut être, une évolution d'un système productif localisé, qui par définition s'inscrit dans une dynamique. Autrement dit, et on peut se poser la question, la norme doit-elle et peut-elle rester immobile ? L'alimentation humaine s'est toujours inscrite dans le changement, la transformation et l'adaptation. Maintenir dans un cadre rigide des définitions de produits et de leur qualité, relève d'un conservatisme absolu qui signe la fin du dynamisme du vivant. Le maintien d'un système localisé nécessite une capacité à s'approprier et développer de nouveaux procédés, produits et marchés, le tout inscrit dans le lien à un territoire, quitte à en réécrire indéfiniment l'histoire.

Mais alors, comment s'assurer de la propriété collective d'un produit localisé ? Le passionnant article sur la propriété intellectuelle montre à quel degré de complexité juridique nous sommes arrivés, et on ne voit pas très bien dans quel sens tout cela va évoluer. Il illustre à quel point une AOC, projection identitaire exploitée économiquement, a également une fonction sociale, unissant en réseau solidaire les producteurs, fournisseurs et consommateurs d'un territoire défini. A travers l'exemple brésilien du bassin laitier de Gloria, on voit aussi comment un tel réseau peut s'inscrire dans un réseau professionnel plus large, voire industriel, tout en maintenant sa spécificité.

La construction d'une IGP ou AOC fait intervenir également des savoir-faire, qui, si on y regarde de plus près, n'ont pas toujours grand chose à voir avec la « tradition » locale. Ils peuvent avoir été acquis ailleurs, introduits ou réintroduits par des chercheurs comme le montre l'exemple brésilien de l'amidon de manioc. Ils sont souvent le support d'une construction identitaire du produit. Ces savoirs se transmettent et circulent. Comment se fait la transmission ? Comment se transforment-ils ? Est-il possible de les standardiser ? Ceci donne souvent un produit, certes d'origine contrôlée et protégée, mais qui n'a plus grand chose à voir avec la production « ancestrale » à partir de laquelle il a été défini. L'appellation *Rocamadour* illustre bien ceci : il ne s'agit plus tout à fait du modeste *Cabécou* du Lot, fabriqué à la maison avec le lait que l'on avait sous la main, brebis, chèvre, voire vache. Sa taille, le type de lait, le goût sont précisés, tout comme peut l'être le *Brocciu* corse ou le « *soumbala* cube » au Burkina. Les articles traitant de ce sujet nous montrent bien les finesses et la complexité des négociations nécessaires pour établir déjà localement les caractéristiques du produit par, entre autres, la définition des divers savoir-faire, permettant ensuite la mise en place de ces réseaux de production localisés qui ne trouveront protection de leur spécificité qu'à travers les normes d'une AOC.

Les exemples africains, notamment celui de Maroua au Cameroun, montrent comment peut se construire un territoire et une idée de production « de terroir » en milieu urbain, à partir d'activités de production alimentaire artisanale, comment ces produits se transforment en marqueurs d'espaces spécifiques dans la ville. Tout comme nos productions de « terroir » marquent nos espaces régionaux.

Une production territoriale est aussi le produit d'une interaction entre producteurs et consommateurs. Paradoxalement, cette dyade a peu été étudiée dans un contexte de production localisée. Il semble pourtant que les consommateurs locaux sont tout autant que les producteurs, les « fabricants » de leur production. La caractéristique d'un produit terroir se construit entre eux, parfois sur fond de médias, ambigu et portant à confusion. Ceci est particulièrement évident à travers l'exemple de la mise en place d'une production porcine de qualité en Bretagne. On y démontre que les consommateurs

locaux entre autres, sont partie intégrante de la mise en place d'un réseau de collaboration pour un produit localisé de qualité. Il serait intéressant de multiplier les observations sur ce type d'interaction, en Europe comme ailleurs dans le monde, dans une optique différente de celle du simple marketing.

Ce qui nous mène à la réflexion sur le thème « qualité ». Il semble, selon les marqueteurs que pour les consommateurs, la localisation et labellisation d'un produit en soient garants. Son histoire et son enracinement - seraient-ils imaginaires - dans un terroir rassurent. Le producteur paraît plus proche. Il y a soudain la possibilité de l'expression d'une confiance inter-personnelle, producteur-consommateur, et nous ne sommes plus dans le registre d'une confiance impersonnelle que l'on peut avoir dans une marque, à partir de laquelle il est impossible de visualiser ou même d'imaginer des « personnes » fabriquant le produit. Nous rentrons dans la notion de traçabilité : un produit et des individus identifiés. Il y a ici innovation dans les concepts de production et de qualité par rapport à la grande agro-industrie. Les crises de confiance actuelles en Europe ne feront que renforcer la tendance, et l'on peut déjà observer des tentatives de personnalisation des produits mises en place par les grandes compagnies agro-alimentaires.

Tous ces textes d'une grande richesse nous présentent un tableau d'une certaine production agricole en transformation. Ce mouvement de territorialisation, de localisation de la production, de tentatives d'ancrage historique, sont aussi une expression culturellement identitaire qui s'inscrit dans un mouvement plus large au sein de la « mondialisation ». Il peut prendre des teintes politiques et d'importantes dimensions économiques, mais il est surtout l'exemple même de l'adaptabilité des sociétés humaines et de leur pouvoir d'inventer des stratégies de survie qui permettront, peut être, d'influer sur le contexte planétaire actuel.

Les auteurs

Asselin Christian

INRA
Unité de Recherches sur la Vigne et le Vin
42, rue G. Morel
BP 57
49071 Beaucouzé cedex
Tél. 02 41 22 56 60
Fax. 02 41 22 56 65
asselin@angers.inra.fr

Barbeau Gérard

INRA
Unité de Recherches sur la Vigne et le Vin
42, rue G. Morel
BP 57
49071 Beaucouzé cedex
Tél. 02 41 22 56 60
Fax. 02 41 22 56 65
barbeau@angers.inra.fr

Bom Kondé Paul

CIRAD-TERA
73, rue Jean-François Breton
34 398 Montpellier Cedex 55
Tél. 04 67 61 57 03
Fax. 04 67 61 44 15
konde@cirad.fr

Cerdan Claire

CIRAD-TERA
TA 60/15
34398 Montpellier cedex 5
Tél. 04 67 61 57 01
Fax. 04 67 61 44 15
cerdan@cirad.fr

Chabrol Didier

Agropolis-Museum
951, Avenue Agropolis
34394 Montpellier Cedex 5
Tél. 04 67 04 75 00
Fax. 04 67 04 13 69
chabrol@agropolis.fr

Cheyns Emmanuelle
CIRAD
01 BP 6483
Abidjan 01
Côte d'Ivoire
Tél. (225) 20 22 80 57
Fax. (225) 20 21 43 68
emmanuelle.cheyns@cirad.fr

Chuzel Gérard
Cirad – Amis
Programme agroalimentaire
TA/40/04
Avenue Agropolis
34398 Montpellier cedex 5
Tél. 04 67 61 57 59
Fax. 04 67 61 44 55
chuzel@cirad.fr

Devautour Hubert
CNEARC
1101 Avenue AGROPOLIS
BP 5098
34033 Montpellier cedex 1
Tél. 04 67 61 70 15
Fax. 04 67 41 02 32
devautour@cnearc.fr

Dubuisson-Quellier Sophie
INRA – SAD
Unité d'Ecodéveloppement
Domaine St Paul
Site Agroparc
84914 Avignon cedex 9
Tél. 04 32 72 20 00
Fax. 04 32 72 25 62
Sophie.Dubuisson@emn.fr

Gaullier Christine
FRCA
Mas de Saporta
Maison des Agriculteurs B
34970 Lattes
Tél. 04 67 47 36 10
frcalr@wanadoo.fr

Geslin Philippe*
INRA SAD
Sicomore
BP 27
31326 Castanet-Tolosan cedex
Tél. 05 61 28 53 45
Fax. 05 61 75 05 23
pgeslin@toulouse.inra.fr

---

* Editeur scientifique

Guerrini Patricia
Castagneto
20231 Venaco
Tél./Fax. 04 95 47 09 48
primieri@wanadoo.fr

Hermitte Marie-Angèle
105, rue Haxo
75020 Paris
Tél. 01 43 64 12 68 / 06 09 45 50 89
Fax. 01 43 64 29 09
mahermit@club-internet.fr

Hubert Annie
CNRS UMR 5036
Société, Santé, Développement
Université Victor Segalen Bordeaux 2
Case 71 – 146, rue Léo Saignat
33076 Bordeaux cedex
Tél. 05 56 51 85 64
Fax. 05 56 51 85 64
Annie.Hubert@u-bordeaux2.fr

Jarrige Françoise
ENSAM
9, Place Viala
34060 Montpellier cedex 01
Tél. 04 99 61 26 62
jarrige@ensam.inra.fr

Le Bail Marianne
INRA – INA-PG
UMR SADAPT
16, rue Claude Bernard
75231 Paris cedex 05
Tél. 01 44 08 16 87
Fax. 01 44 08 16 57
lebail@inapg.inra.fr

Lopez Elisabeth
163, rue de Lille
59130 Lambersart
Tél./fax. 03 20 42 13 54
lsegeilha@nordnet.fr

Moity-Maïzi Pascale*
CNEARC
1101 Avenue AGROPOLIS
BP 5098
34033 Montpellier cedex 1
Tél. 04 67 61 70 04
Fax. 04 67 41 02 32
maizi@cnearc.fr

* Editeur scientifique

Morlat René
INRA
Unité de Recherches sur la Vigne et le Vin
42, rue G. Morel
BP 57
49071 Beaucouzé cedex
Tél. 02 41 22 56 80
Fax. 02 41 22 56 65
morlat@angers.inra.fr

Muchnik José*
INRA-SAD / CIRAD-TERA
73, rue Jean-François Breton
34 398 Montpellier Cedex 5
Tél. 04 67 61 57 06
Fax. 04 67 61 44 15
muchnik @ cirad.fr

Prost Jean-Antoine
INRA-SAD
Laboratoire de Recherches sur le Développement de l'Elevage
BP 8
20250 Corte
Tél. 04 95 45 15 15
Fax. 04 95 46 11 81
jap@corte.inra.fr

Requier-Desjardins Denis
C3ED/UVSQ
47, bd. Vauban
78047 Guyancourt Cedex
Tél. 01 39 25 53 75
Fax. 01 39 25 53 00
Denis.Requier-Desjardins@c3ed.uvsq.fr

Sainte Marie (de) Christine*
INRA – SAD
Unité d'Ecodéveloppement
Domaine St Paul
Site Agroparc
84914 Avignon cedex 9
Tél. 04 32 72 25 95
Fax. 04 32 72 25 62
csm@avignon.inra.fr

Sautier Denis*
CIRAD-TERA
TA 60/15
34398 Montpellier cedex 5
Tél. 04 67 61 71 18
Fax. 04 67 61 44 15
sautier@cirad.fr

* Editeur scientifique

Touzard Jean-Marc

INRA
UMR Innovation
9, Place Viala
34060 Montpellier cedex 01
Tél. 04 99 61 24 65
Fax. 04 67 54 58 43
Touzard@ensam.inra.fr

Photographies de couverture :

- cliché couleur : Récolte de graines de palmier utilisées pour la fabrication d'huile de palme au Bénin (J. Muchnik)

- cliché noir et blanc : Moulage du Cabécou de Rocamadour (J. Muchnik)

Reproduit en France par INSTAPRINT S.A.
1-2-3, levée de la Loire – LA RICHE – B.P. 5927 – 37059 TOURS Cedex 1
Tél. 02 47 38 16 04

Dépôt légal 4e trimestre 2001

Derniers numéros parus :

7. **Images de recherche et images de communication**. J.P. DEFFONTAINES, C. RAICHON. 1986, 48 p.

8. **Potentialités agroclimatiques des prairies permanentes et possibilités de récolte dans le Doubs et le Jura**. Anne MATHIEU, H. JUIN, B. JEANNIN. 1987, 46 p.

9. **Approche du fonctionnement du système fourrager. Le cas d'exploitations laitières modernisées en zones de côteaux du Sud-Ouest**. M. DURU, Geneviève ROHMER. 1987, 44 p.

10. **La simulation de l'organisation du travail comme outil de gestion de l'exploitation agricole. Application à la grande culture**. J.M. ATTONATY, Clotilde LAPORTE, F. PAPY, L.G. SOLER. 1987, 48 p.

11. **Eleveur, troupeau et espace fourrager. Contribution à l'approche globale des systèmes d'élevage**. Ouvrage collectif coordonné par Annick GIBON, M. ROUX, F. VALLERAND. 1988, 144 p.

12. **Diagnostic global d'exploitation agricole : une proposition méthodologique**. M. BENOIT, J. BROSSIER, E. CHIA, E. MARSHALL, M. ROUX, P. MORLON, B. TEILHARD de CHARDIN. 1988, 48 p.

13. **A l'échelle du village. Une méthode d'approche historique et géographique de l'activité agricole locale en région d'habitat groupé**. J.L. MAIGROT. 1989, 48 p.

14. **Voies de développement pour les exploitations caprines en zone sèche du Var.** Etude de cas. Lydia WEBER, P. JULLIAN. 1989, 47 p.

15. **Elevage ovin et protection de la forêt méditerranéenne contre les incendies. Participation d'un troupeau de moutons à l'entretien d'un réseau de pare-feu.** M. ETIENNE, M. NAPOLEONE, P. JULLIAN, M. LACHAUX. 1989, 48 p.

16. **Grassland Systems Approaches. Some French Research Proposals**. A. CAPILLON. 1989, 218 p.

17. **Recherches sur les systèmes herbagers. Quelques propositions françaises**. A. CAPILLON. 1990, 208 p.

18. **Gestion des déjections des bovins et pollution par les nitrates**. B. TEILHARD de CHARDIN. 1990, 48 p.

19. **Pilotage de l'alimentation des vaches laitières. Recherche d'indicateurs bio-techniques en exploitations agricoles**. J. GILIBERT, H. BROSSIER. 1990, 48 p.

20. **Dynamique des pratiques agricoles et relations professionnelles locales. Etude de cas sur l'évolution technique dans deux villages des Vosges**. C. RUAULT. 1991, 47 p.

21. **Ecopathologie et systémique**. E LANDAIS. **Profils sanitaires en élevage bovin laitier. Mise en relation avec une typologie d'exploitation**. B. FAYE, Yvette GRELET. 1991, 47 p.

22. **Notations d'état corporel des brebis et diagnostic des systèmes d'élevage ovin**. B. DEDIEU, Annick GIBON, M. ROUX. 1991, 48 p

23. **Dynamique de la végétation selon les pratiques des agriculteurs. Une modélisation à partir des données recueillies dans une vallée des Pyrénées Centrales**. G. BALENT, M. FILY. 1991, 48 p.

24. **Les interactions entre la végétation herbacée et les grands vertébrés herbivores : le pâturage considéré comme un facteur évolutif pour les plantes**. M. FILY, G. BALENT. 1991, 42 p.

25. **L'ingénierie de projet de conseil collectif aux éleveurs. Sources méthodologiques, résultats et discussion à partir de l'opération Fourrages-Mieux**. A.C. DOCKES, Y. MADELINE. 1992, 42 p.

26. **« Une recherche clinique » : proposition méthodologique pour l'analyse des pratiques de trésorerie des agriculteurs**. Etude de cas en Lorraine. E. CHIA. 1992, 39 p.

27. **Pratiques d'élevage extensif. Identifier, modéliser, évaluer**. E. LANDAIS (éd). 1993 : 380 p.

28. **Qualités et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs**. M. CERF et al (éds). 1994, 360 p.

29. **La forêt paysanne dans l'espace rural. Biodiversité, paysages, produits**. G. BALENT (ed.). 1997, 268 p.

30. **La recherche-action. Ambitions, pratiques, débats**. C. ALBALADEJO, F. CASABIANCA (eds.). 1997, 212 p.

31. **Gestion des exploitations et des ressources rurales. Farm and Rural management. Entreprendre, négocier, évaluer.** J. BROSSIER, B. DENT (eds), 1998, 437 p.

Sommaire

Préface
G. Paillotin

Terroir-fiction
D. Chabrol

Construction de règles et production de normes

Qualité du vin et prix du raisin
Trois lectures du changement dans les coopératives du Languedoc
J.-M. Touzard, C. Gaullier, F. Jarrige

Spécificité locale pour un produit banal. Le blé dur destiné à la fabrication de pâtes alimentaires
M. Le Bail

Mise en place de contrôles dans une Appellation d'Origine Contrôlée. Le Brocciu corse
P. Guerrini, J.-A. Prost

La qualification des produits artisanaux : du marché de proximité à l'échange à distance. Le *soumbala* au Burkina Faso
E. Cheyns

Savoirs et compétences

Mobiliser les savoirs locaux dans une démarche de technologie expérimentale. L'amidon aigre de manioc en Colombie
G. Chuzel

Les savoir-faire agroalimentaires, de la valeur d'usage à la valeur marchande. Le maïs et le manioc au Cameroun
P. Bom Kondé, J. Muchnik, D. Requier-Desjardins

Facteurs naturels et humains des terroirs viticoles : méthode d'étude et valorisation
R. Morlat, G. Barbeau, C. Asselin

Réseaux socio-techniques

Réseau localisé d'entreprises et dynamique territoriale. Le bassin laitier de Gloria (Nordeste Brésil)
C. Cerdan, D. Sautier

Des systèmes agroalimentaires dans la ville ? Le cas de Maroua au Nord-Cameroun
E. Lopez, J. Muchnik

Une organisation territoriale pour la mise en place d'une filière porc de qualité en Bretagne
S. Dubuisson-Quellier

Patrimonialisation

Réactiver la tradition de l'AOC Le Cabecou de Rocamadour
P. Moity-Maïzi, H. Devautour

Les appellations d'origine dans la genèse des droits de la propriété intellectuelle
M.-A. Hermitte

Post-face
Systèmes agroalimentaires localisés : réflexions d'une anthropologue
A. Hubert

