

Terroir

UNESCO

Fragmentation

Le terroir dans tous ses états

Entre paradigme discursif et fragmentation des conceptions

Baggioni Vincent

Doctorant en sociologie
Université d'Aix-Marseille – MMSH
– LAMES – 5 rue du Château
de l'Horloge BP 647 -
13094 Aix-en-Provence
vincent.baggioni@univ-amu.fr

Jabiot Isabelle

Doctorante en ethnologie
Université de Paris Ouest la Défense
- LESC - 21 allée de l'université
92023 Nanterre Cedex
isabellejab@gmail.com

Lacombe Nicolas

Doctorant en qualification des
produits et territoire
INRA Corte – LRDE –
Quartier Grossetti 20250 Corte
lacombe@corte.inra.fr

Ce chapitre est paru dans :
Mazurek H., Robles C. (2016). *Autour de la fragmentation*. Les
Impromptus du LPED, n°1, Laboratoire Population-Environnement-
Développement, UMR 151 (AMU – IRD), Marseille, 153 p.

Si l'on fait dire au terroir beaucoup de choses, teintées souvent de bienveillance, il est plutôt un mot valise qui recouvre une pluralité de situations, d'acteurs et de logiques. Tout en étant une réalité fragmentée, tant au niveau des savoirs et que des réalités empiriques, l'adoption d'une définition du terroir par l'UNESCO en 2005 participe d'un processus de normalisation à vocation internationale. Ce chapitre propose ainsi une approche critique de l'émergence du concept à la lumière de son histoire à la fois scientifique, professionnelle et politique. Sa reconnaissance institutionnelle internationale au travers d'une définition dont l'« opérationnalisation locale » vient traduire des formes d'hybridation de la notion est discutée. Cette cohésion conceptuelle se heurte à des réalités empiriques plurielles où les réappropriations du concept opérées localement ne correspondent pas nécessairement au modèle tel qu'il avait été envisagé. Considérer le terroir comme un paradigme permet de faire un examen critique de ses soubassements épistémologiques et idéologiques. Les quelques pistes ici formulées soulignent dès lors une conception occidentalo-centrée, elle-même aux prises d'une idéologie du développement durable intégrée dans les mailles du capitalisme.

The multiple uses of the concept of « terroir » – often benevolent – reveal the heterogeneity of situations, actors and logics linked to it. As a fragmented reality, it implies a variety of knowledges and empirical realities, but in 2005, UNESCO adopted a new definition of the concept of terroir as a part of a process of international normalization. This chapter offers a critical approach of the emergence of this concept by means of its scientific, politic and professional history. Its international and institutional recognition through a definition, whose local operationalization translates into forms of hybridization of the notion, is here discussed. Because this conceptual cohesion faces numerous empirical realities in which local reappropriations do not necessarily match with the original model, considering the terroir as a paradigm allows a critical examination of its epistemological and ideological significations. The few perspectives described in this article show the influence of an occidental conception, embedded in ideology of sustainable development, accommodated in the capitalist economy.

Normalisation

Élaboration du savoir

I. Introduction

Le terroir est aujourd'hui entré dans le langage courant de nombreux acteurs. Du chercheur, aux institutions étatiques ou internationales, en passant par des opérateurs de marché et touristiques, ou encore dans le monde agricole, le terroir jouit d'un succès médiatique lié au modèle de développement durable qu'il sous-tendrait. Terme ancien, il a été réactualisé il y a une trentaine d'années par les géographes, puis par les sciences de la terre et du vivant, pour ensuite, à l'aube du XXI^e siècle se diffuser dans les autres sphères de la société, jusqu'à acquérir une reconnaissance internationale. Ainsi, en 2005, l'UNESCO adopte une définition du terme qui l'érige implicitement comme un modèle de développement à suivre pour certaines régions. Actuellement la recherche se préoccupe plus des modalités d'appropriation sociale des « conceptions » du terroir que de l'élaboration des ces dernières. Ainsi le « modèle terroir » obéit davantage à une définition positiviste qu'à un examen critique des formes empiriques qui émergent des terrains observés. Le débat contemporain relatif au relativisme culturel, ou tout simplement la singularité des « lieux » pose la question de l'universalisation du concept de terroir dans un contexte où les formes de diffusionnisme, tant politique que scientifique, sont largement décriées. Le terroir n'existe finalement que par ses « portes paroles », alors que l'on tendrait à considérer qu'il parle de lui-même.

Suite à l'école-chercheurs organisée par le LMI Mediter sur le thème des terroirs en octobre 2012 à Marrakech à laquelle nous avons tous trois participé, nous poursuivons ici la réflexion alors initiée autour de la déconstruction et reconstruction du concept de terroir. Pour déconstruire le terme, mettre à jour ses réalités fragmentées et

tenter de retrouver une nouvelle cohérence d'ensemble, nous envisagerons l'émergence du concept à la lumière de son histoire à la fois scientifique, professionnelle et politique, pour ensuite discuter sa reconnaissance institutionnelle internationale au travers d'une définition dont l'« opérationnalisation locale » vient traduire des formes d'hybridation de la notion. Pour finir, nous considéreront le terroir comme paradigme afin d'aller dans le sens d'une approche critique de la science en train de se faire et d'éclaircir les soubassements idéologiques et épistémologiques qui le sous-tendent.

II. Le terroir, polysémie et diversité des modes d'appropriation

Le terroir représente tour à tour un espace caractérisé du point de vue de sa spécificité, un objet de recherche scientifique, un mode de légitimation du politique ou encore un outil à destination des stratégies de marketing des firmes. C'est en cela qu'il représente un concept polysémique, un « mot valise » pour lequel l'enjeu de définition s'avère complexe du fait des formes d'appropriation diverses dont il fait l'objet. Grâce à une approche diachronique, l'enjeu est ici de situer ce concept dans son historicité et dans les divers contextes dans lesquels il a pu être mobilisé.

II.1 Du terroir agronomique à la marchandisation des produits du terroir

Le terroir du chercheur a évolué au fil des modes d'appropriation de cet objet complexe par les acteurs qui en font usage, à la fois comme identité de production mais aussi comme identité marchande. Les spécificités qu'il permet de construire et qui se matérialisent au sein d'un produit vont être traduites en attributs marchands qui vont trouver du sens au sein d'une économie différenciée.

II.1.1 Un terroir né d'une controverse entre sciences « dures » et sciences « molles » : l'agencement des relations entre nature et société

De manière générale, le terroir sert à désigner le rapport entre une communauté humaine et son environnement, malgré ce consensus actuel sur le sens du terme, le terroir, lorsqu'il a émergé dans le paysage scientifique, véhiculait d'autres représentations largement pilotées par des postures purement spatiales et refusant à l'acteur sa capacité d'action. Ce basculement reflète le passage d'un

« déterminisme naturaliste quasi exclusif à l'intégration progressive des dimensions sociales et culturelles des lieux et des productions ». (Bérard et al. 2005 : 6) Dès le début du XX^e siècle, le législateur français reconnaît l'usage d'un nom géographique pour identifier et protéger des contrefaçons un produit dont le caractère est lié à un terroir spécifique. Cette réglementation a été adoptée dans un contexte de crise viticole face à l'émergence d'un marché mondial du vin dans lequel il s'agissait de faire reconnaître les spécificités régionales. Afin de légitimer cette approche, il convenait de reconnaître un certain déterminisme géographique, préféré à une approche par les communautés humaines où le « localisme » pouvait entrer en concurrence avec la construction somme toute assez récente de l'Etat-Nation, fondé sur un principe d'indivisibilité de la république. Cette acception est venue conférer à l'agronomie et à la géographie physique une place renouvelée. Il s'agissait alors pour le chercheur de caractériser des « espaces présentant une homogénéité naturelle selon leurs aspects pédoclimatiques et biologiques, au potentiel d'exploitation spécifique ». (Cartier 2) Les savoirs agronomiques ont alors été considérés comme déterminés vis-à-vis de la matérialité de l'espace, laissant ainsi peu de place à l'« acteur », aujourd'hui reconsidéré. Peu à peu le terroir s'affirme dans sa capacité à fournir des productions spécifiques. Un lien direct s'établit entre la singularité d'un produit, l'espace dont il est issu et son environnement humain, qui au travers de savoir-faire vient traduire des potentialités naturelles. C'est notamment au travers de ce lien que s'est construite la notion de typicité qui constitue un référentiel commun aux démarches de certification de l'origine (Casabianca & al.

1996). C'est la singularité de cette production, reconnaissable par le consommateur au travers du signe de qualité, qui a permis de construire une rente de différenciation et a ainsi plongé le terroir dans une nouvelle aire marchande. Polysémique, la notion de terroir s'affirme alors dans la perspective d'éviter la banalisation de l'acte alimentaire et la standardisation des productions. Alors que la géographie physique s'est affirmée autour de la matérialité de l'espace, en déconnectant parfois les populations de leur lieu de vie, la géographie humaine se construit alors à contre-courant dans une perspective culturaliste pour souligner le rôle des communautés humaines dans l'agencement de leur environnement. Cette transition appelle alors la géographie sociale, l'histoire, l'économie ou encore la sociologie et l'anthropologie à parler de terroir et à le désigner comme une invention, où serait privilégié un rapport de domestication de la nature, non pas considéré comme un donné mais comme un construit sans cesse agencé au fil des générations (Bérard & al. 2005b). Le terroir est ici inscrit dans des règles de fonctionnement et est encadré par des institutions locales.

II.1.2 Le commerce des valeurs et des attributs symboliques du terroir

La nouvelle théorie du consommateur, en rupture avec les approches néoclassiques fondées sur la notion d'utilité, a permis de souligner la complexité des choix des consommateurs, dont le comportement ne répond pas exclusivement à une rationalité économique l'orientant essentiellement vers le prix, mais aussi vers la reconnaissance d'autres types d'attributs, symboliques,

affectifs. Le différentiel de prix généré par la mise en avant d'une qualité spécifique a permis de définir une économie de la différenciation et a participé à l'émergence d'entrepreneurs du terroir.

Le développement international des indications géographiques (IG) est lié à leur capacité à produire conjointement une plus-value économique et à favoriser la préservation de patrimoines culturels. Depuis la révolution industrielle où les modèles agricoles étaient construits sur la base d'une spécialisation nationale, présidée par la théorie des avantages comparatifs (Ricardo, 1817), le terroir est venu offrir une vision renouvelée, post-fordiste. L'uniformisation des productions agricoles, à laquelle on a longtemps cru dans un contexte de mondialisation des échanges, n'a pas eu lieu. Au contraire, elle a ouvert les portes vers une économie des singularités (Karpik, 2007), où il s'agit plus de fonder la compétitivité des firmes sur la base de la construction d'avantages différenciatifs (Pecqueur, 2005). La littérature scientifique sur le terroir s'est enrichie des apports de l'économie géographique relative à la ressource territoriale et aux paniers de biens (Mollard & al. 2002). Les territoires sont dotés en ressources « cachées » qu'il convient de révéler afin de les positionner dans des stratégies de développement territorial. Le projet constitue alors une figure incontournable de valorisation de ces ressources, parmi lesquels les démarches d'IG. Cette période est venue marquer un tournant dans l'appropriation institutionnelle du terroir qui jusqu'ici avait pu être associé à un certain archaïsme, une connotation péjorative teintée de tradition et de populisme, trouvant des difficultés à s'accommoder à la modernité.

Le différentiel de prix permis grâce à cette différenciation marchande est venu conforter la consolidation de rentes de qualité dans des régions faiblement dotées en avantages comparatifs, mais dont les singularités ont permis de construire des productions emblématiques associées à une qualité spécifique. Le conseil économique et social rappelle que les productions sous « signe d'indication de la qualité et de l'origine » (SIQO), permettent de générer une plus-value de 10 à 30 % supérieure à celle des produits conventionnels de la même gamme (CES). Ont alors fleuri des entrepreneurs de terroirs y compris en dehors du régime des SIQO, avec le développement croissant des marques de distributeurs, faisant appel au terroir et à l'ensemble des attributs symboliques qu'il véhicule. Le terroir entre alors dans l'aire du marketing (Fort & al. 2006), plus spécifiquement d'un ethnomarketing (Desjeux, 1997), dans lequel la communication s'inscrit dans de nouvelles idéologies de consommation. Le « marketing tribal » désigne la mise en scène opérationnelle d'un produit dont les critères qui pilotent son identité sont fondés sur la captation de communautés émotionnelles, des intérêts partagés entre les membres de nouvelles « tribus » (Maffesoli, 1988). L'acte d'achat fournit une occasion pour le consommateur de devenir membre d'une communauté, au-delà de la valeur du bien lui-même (Cova, 1995).

II.2 Terroir et territoire, vers la politisation et l'hybridation du concept

Cette capacité du terroir à internaliser des

enjeux sociétaux par le simple fait du marché a permis d'accroître la crédibilité de tels types de démarches auprès des pouvoirs publics. Capables de produire un ensemble de services non essentiellement agricoles, les terroirs ont reçu une attention renouvelée au sein de nouvelles arènes politiques. Les acteurs mobilisent aujourd'hui largement ce type de projet dans les approches territoriales et l'action publique prend des formes nouvelles avec une redistribution des échelles d'autorité et de pouvoir.

II.2.1 De la production de biens à la production de services : le terroir comme espace de multifonctionnalité

Si l'acte alimentaire représente principalement un besoin physiologique, il remplit aussi des fonctions sociales. La sensibilité du consommateur vient décomposer le produit en un ensemble d'attributs, parmi lesquels des services. C'est sur le registre de combinaison offre/demande que le terroir a pu être défini comme un modèle pertinent de prise en compte de modèles agricoles « alternatifs ».

La nouvelle théorie du consommateur a suscité un renouvellement des réflexions sur les significations accordées à l'échange marchand et aux critères de choix d'un produit. L'utilité des biens pour le consommateur n'est pas liée aux biens eux-mêmes mais aux caractéristiques de ces biens, aux services qu'ils peuvent rendre et à l'utilité qui en est dérivée (Lancaster, 1968). Le produit est alors considéré comme un panier d'attributs non codifiés (croyances, valeurs). L'évaluation et la valorisation par le consommateur reposent plutôt sur des caractères affectifs et cognitifs, des images ou des symboles, soit des attributs extrinsèques au produit. Au-delà

de l'acte de consommation, les raisons qui déterminent le choix de l'aliment sont liées à la recherche de finalités dérivées, liées par exemple à la préservation de l'environnement, à l'achat éthique ou encore à des attributs tels que le rapport à la tradition, à l'authenticité. Rompant avec un ancrage dans le champ spécifique du rapport à l'origine, de plus en plus aujourd'hui, les IG semblent s'hybrider à d'autres fonctions, tantôt associées à des finalités paysagères, écologiques, nutritionnelles, éthiques, etc. Dans ce contexte, les recherches se tournent vers la caractérisation, l'évaluation des productions connexes de cette agriculture de terroir.

Les crises écologiques qui depuis une trentaine d'années ont été largement publicisées sont venues opérer un mouvement de disqualification/requalification du rôle de l'agriculture dans la société. Dans la construction et le traitement de ces controverses, les terroirs ont su tirer leur épingle du jeu alors que le modèle agro-industriel était quant à lui relativement disqualifié (Rastoin, 2006). Ce débat sur les modèles agricoles à retenir est venu à la fois remobiliser et produire une littérature scientifique sur les externalités. L'introduction de la notion d'externalité a été introduite par Pigou en 1932 pour corriger l'incapacité du marché à prendre en charge les problèmes liés à la dégradation de l'environnement et à la répartition des coûts induits. Les terroirs ont ici reçus une sensibilité politique forte en tant que modèle alternatif en adéquation avec de nouveaux référentiels de développement durable. La marchandisation du vivant devient alors ici l'une des modalités possibles d'internalisation d'un ensemble de préoccupations, en rupture avec les outils plus traditionnels de gestion des ressources (normes, fiscalité, contrat, etc.). Ainsi

« lorsque se combinent les effets positifs des biens privés de qualité et des biens publics locaux, la rencontre entre cette offre de ressources spécifiques et cette demande particulière peut avoir lieu et être à l'origine de rentes de qualité ou de rentes territoriales qui constituent une forme possible de valorisation par le marché de la multifonctionnalité de l'agriculture » (Mollard 9, 2002). Dans ce contexte, le terroir a reçu une attention renouvelée de la part du politique, qui a vu dans les démarches d'appellation un puissant outil de mobilisation vis-à-vis des changements de paradigme agricole. Sa capacité supposée à prendre en charge un certain nombre de préoccupations en a fait l'un des instruments privilégiés de développement territorial tout en s'inscrivant dans une logique de redistribution des pouvoirs.

II.2.2 Le terroir support à une action publique revisitée

Comme le remarque A. Faure (2001) :

« *Incontestablement, le système politique local traverse une tourmente territoriale de grande amplitude, tourmente paradoxalement confortée par le processus de mondialisation qui s'appuie sur les dynamiques des terroirs, des réseaux de territoires et de la modernité urbaine. On passe donc des politiques publiques à l'action publique locale. Cette dernière implique les acteurs locaux et non une instance coercitive extérieure ; elle peut concerner des acteurs privés, dès lors que ceux-ci se coordonnent en vue de produire un bien ou un service collectif* » (Faure 11, 2001). Le terroir, au-delà de sa capacité à produire des biens singuliers, est ainsi progressivement envisagé comme un mode spécifique d'organisation des acteurs, une production relationnelle se dotant d'un certain niveau d'autonomie, et qui en cela réinterroge la construction décisionnelle.

Le terroir n'est pas simplement une qualité spécifique associée à un produit, il est également un support pour la consolidation d'organisations locales qui, dans un contexte de territorialisation du développement, de décentralisation des pouvoirs, représente une échelle pertinente de construction des choix collectifs. Cette affirmation se situe dans un contexte de remise en cause de l'expertise technique et scientifique où le profane est à nouveau invité à construire son territoire. Ces travaux sur la construction sociale de la qualité ont permis de renouveler un champ de recherche au sein d'un courant de la sociologie interactionniste : la qualité n'est plus envisagée comme une propriété stable mais est considérée comme faisant

l'objet de médiations entre des acteurs aux représentations singulières, parfois antagoniques. En effet, l'institutionnalisation du terroir au travers du régime des IG est venue donner à la qualité une dimension collective. Les acteurs en question sont ainsi invités à se mobiliser afin de caractériser ce qui dans leur histoire fonde la singularité à la fois de leur communauté humaine et le lien que celle-ci entretient avec la valorisation de l'espace et les productions qui en sont issues. Cette construction collective se matérialise au travers d'un cahier des charges validant un ensemble de choix techniques et de pratiques venant conférer au produit sa typicité. Les démarches de certification des produits ont été particulièrement mobilisées dans cette approche : la proximité géographique des agents, la communauté des appartenances sociales serait de nature à renforcer les liens de confiance et l'efficacité de ce type de démarches localisées (Torre, 2000). Des travaux en ingénierie des connaissances ont plus récemment traité la question de l'intelligence territoriale, où les apprentissages entre acteurs permettent le renforcement des solidarités et le renouvellement des coordinations (Bertacchini, 2002). C'est au travers de cette compétence organisationnelle et réflexive sur son environnement que le terroir est peu à peu devenu un échelon pertinent de gestion et de valorisation des ressources, susceptible d'intéresser de nouvelles parties prenantes (Freeman, 1984).

La succession des changements a redéfini les contours et les finalités de terroir : en cela il ne résulte plus du seul fait de la profession agricole, il intéresse de nouvelles catégories d'acteurs renouvelant la nature des réseaux. Ils s'inscrivent aujourd'hui dans des coordinations matérialisant de nouvelles constructions de

l'action publique. L'affaiblissement du pouvoir des Etats, les critiques adressées à son statut centralisateur, conjugués à l'émergence de nouvelles échelles d'autorité, ont favorisé l'émergence de nouvelles territorialités. Les territoires, leurs spécificités, qui avaient jusqu'ici du mal à s'accommoder des outils d'intervention de l'Etat, universalisants, prescriptifs, ont trouvé dans les SIQO un dispositif de singularisation du territoire. La capacité ainsi conférée aux acteurs de se réapproprier le sens de leur histoire et les liens « Nature/Société », a permis l'émergence de nouvelles formes de patrimonialisation des ressources. Ainsi, les SIQO sont aujourd'hui régulièrement interpellés dans les processus de construction territoriale et incorporés dans des politiques publiques tels que les contrats de plan Etat région (CPER), celles associées aux parcs naturels régionaux ou encore dans une approche de marketing territorial visant à en structurer l'attractivité. Les terroirs sont ainsi peu à peu encadrés dans des stratégies territoriales plus globales, s'agrégeant à d'autres instruments de coordination.

III. La définition de l'Unesco : une opportunité pour décrire le phénomène « terroir » sur ses bases conceptuelles

III.1 La définition de l'UNESCO : des normes pour clôturer un processus ?

La fixation d'une définition du terroir par l'UNESCO en 2005 apparaît comme le point culminant du processus d'institutionnalisation. L'UNESCO vient ainsi normaliser un objet jusque-là construit en ordre dispersé et répondant à diverses réalités. Il s'agit alors de le penser comme une forme de développement vertueuse pour les territoires et leurs populations, vertus qui se déclinent autour d'un modèle dont la définition permettait de baliser les contours. Les six critères mis en exergue dans la définition sont ici analysés un à un. Il s'agit de confronter ces aspirations aux réalités contrastées qui émergent de l'étude des terrains définis ou se définissant comme des terroirs et évoqués lors de l'école-chercheurs autour du terroir à Marrakech en 2012.

Définition du terroir retenue par l'UNESCO : *Un Terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs, et de pratiques fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition.*⁴

III.1.1 Un espace géographique aux limites labiles

Dans la définition de l'UNESCO, le terroir se caractérise au travers d'un « espace géographique délimité ». Or, en partant des produits dits de « terroir » ou d'espaces appelés « terroirs », ce critère de la délimitation géographique rencontre certains écueils. Dans le système de l'agdal⁵ marocain (Auclair & Alifriqui 2012), c'est bien la délimitation d'un espace, ici dédié au pâturage suivant des règles de saisonnalité décidées collectivement, qui fait terroir. C'est la rareté d'une gestion, ici en voie de déshérence, et dont l'originalité est soulignée par les chercheurs, qui est désignée comme terroir. En revanche, appliquée à l'arganier et à l'huile d'argan, la délimitation d'un terroir prend le risque d'être co-extensible aux réalités pédoclimatiques d'un arbre et aux valorisations ethniques et éthiques de l'huile issue de ses fruits. Le terroir de l'arganier vendu ici aux touristes aura tendance à recouvrir des espaces bien au-delà du terroir originel de l'arganier. Ainsi, les terroirs écologiques, ethnologiques, économiques et touristiques se juxtaposent et forment des espaces géographiques et sociaux aux réalités différentes. Finalement, il faut un regard extérieur, celui des touristes, pour unifier ces espaces fragmentés. Leur venue déploie, au-delà d'un espace géographique délimité, une ressource naturelle, celle du fruit de l'arganier, dans des territoires analogues pour les bétotiens. Le terroir se retrouve symbolisé dans les valorisations sociales et économiques qu'en retirent des systèmes d'acteurs qui se jouent des attaches pédoclimatiques.

Dans le cas d'un produit du terroir, l'appellation

⁴ Définition du « Terroir » proposée par Terroirs & Cultures, en lien avec l'UNESCO et à partir du travail d'un groupe INRA/INAO lors des Rencontres Internationales « Planète terroirs UNESCO 2005 » au siège de l'UNESCO à Paris.

⁵ L'agdal est un pâturage d'altitude situé dans les montagnes de l'Atlas. Il désigne pour les ethno-écologues un territoire sylvo-pastoral dont l'accès et l'usage des ressources sont réglementés par une instance coutumière.

renvoie aux propriétés particulières d'un espace (Argan, charcuterie Corse) : la production et les savoir-faire doivent être locaux pour mériter le titre. Mais finalement le produit ainsi valorisé par l'appellation « terroir » est loin de recouvrir l'ensemble des propriétés d'un espace (ensemble des groupes sociaux qui le compose, des traits culturels et des ressources naturelles). Par ailleurs, les produits du terroir recouvrent dans les faits plusieurs espaces mis en relation. Le terroir originel sert de support à une économie mobilisant des propriétés spatiales qui sont survalorisées en fonction d'une logique d'importation ou d'exportation de ces propriétés. Par exemple, l'huile d'Argan peut être fabriquée et vendue en dehors du territoire naturel de l'arganier, en valorisant la dimension sociale de son élaboration (coopérative de femmes) (Damamme, 2011). De même, une part importante de la charcuterie corse est réalisée à partir d'une viande porcine fabriquée en Bretagne. Cette déterritorialisation du terroir peut s'avérer complète lorsque par exemple des arganiers sont plantés en Israël et aux Etats-Unis. Si des démarches d'indication géographique protégée veulent aujourd'hui protéger ces productions, comme l'huile d'Argan⁶, elles n'en restent pas moins soumises à des risques de réappropriation extra-territoriale. Ainsi, corrélativement à une reconnaissance internationale, les formes économiques du capitalisme mondialisé déterritorialisent des produits dont les plus-values sont justement attachées à des espaces spécifiques. Dès lors, il apparaît que les petites échelles de gestion peuvent correspondre à cette délimitation géographique du terroir, du moment qu'elles sont en situation de rareté. À l'inverse, les produits de terroir renvoient

facilement à de grandes échelles, d'autant qu'ils sont entrés dans des niveaux élevés de production pour répondre à une demande croissante, liée au succès de l'appellation. La délimitation géographique n'a alors plus vraiment de sens si l'on prend en compte les réalités spatiales dont dépendent les produits. En fait, plus les propriétés territoriales font système, et se confortent dans leur rareté et l'originalité de leur imbrication, plus forte sera la cohésion spatiale. Pour autant, la limite géographique ne peut être stricte, au sens où les circulations ont toujours lieu entre les espaces et particulièrement entre les hommes, et de ce point de vue la plus stricte des labellisations n'y pourrait rien. À l'inverse, un mouvement de méfiance pourrait émerger face à cette vision enfermante du terroir : dans beaucoup d'exemples, l'innovation agricole, sociale ou économique, qui va ensuite trouver des débouchés économiques et en retour confortera le système local, provient souvent de l'extérieur. Non que les entrepreneurs de terroirs ne soient pas issus des territoires de leur production, mais il faut bien une rencontre avec l'extérieur, sous la forme de voyages, ou de visites, pour que la spécificité locale prenne une valeur qui ne soit plus seulement encastrée dans le local. L'alliance d'une spécificité locale avec un intérêt extérieur formera l'invention d'un terroir qui ne prendra son sens qu'au travers d'interactions avec l'étranger. Au lieu d'une délimitation géographique, sans doute faudrait-il alors penser ces questions spatiales dans le jeu de relations qui s'instaurent entre les échelles, du local au global dans la mise en valeur du terroir.

III.1.2 Des communautés réifiées par le terroir ?

Toujours selon l'Unesco, le terroir est « défini à partir d'une communauté humaine », faisant référence à une forme de cohésion sociale davantage fondée sur des liens objectifs (Tönnies), à des individus ayant une forte conscience collective (valeurs, croyances communes) (Durkheim, 1930), par opposition au concept de société fondé sur l'adhésion volontaire et/ou une division du travail. Du point de vue d'une communauté établie sur un terroir, cette définition sous-entend une vision partagée par tous les individus de cet espace. Cependant, la mise en terroir par des entrepreneurs locaux tel les gîteurs d'un agdal génère une nouvelle vision touristique de cet espace : dimension contemplative et réactualisation de la valeur patrimoniale de peintures rupestres attestant d'une profondeur historique immémoriale pour les touristes mais pensée comme artificielle pour de nombreux habitants qui en font une simple ressource touristique. Les gîteurs se différencient des autres habitants dans leur système de valeurs en promouvant un patrimoine local aux fonctions touristiques. La mise en terroir apparaît comme un facteur de différenciation des valeurs au sein de la communauté locale qui pourrait porter atteinte à sa cohésion sociale.

La mise en terroir peut être aussi une invention communautaire. Au Sénégal, c'est sur l'idée même de communauté villageoise que repose la promotion d'un sens de l'accueil communautaire. Des sociétés locales proposent aux touristes des activités singeant la chaleur communautaire (repas collectifs, danses, rituels, etc.). La réalisation de cette fiction nécessite une division du travail au

sein de la société locale qui reproduit le plus souvent la division sociale existante dans le village. L'enjeu est alors de cacher aux touristes les tensions sociales liées à la marchandisation d'une communauté inventée. Ce qui fait alors communauté, c'est l'invisibilisation des tensions sociales liées à la division du travail nécessaire à la création de cette fiction⁷.

Enfin, l'exemple de la création des coopératives féminines de production d'huile d'argan est le résultat d'une politique publique qui tout en voulant favoriser le développement économique et la préservation du milieu écologique a voulu faire évoluer le rôle et la place de la femme dans cette société. Mais l'élaboration de l'huile d'argan en tant que produit du terroir a imposé de nouvelles valeurs. Ce sont en fait les femmes en situation de marginalité qui travaillent au sein de ces coopératives. Les célibataires ou veuves sont ainsi « valorisées » mais pas au sein de la société locale qui défend des valeurs préexistantes (place, rôle et statut de la femme au sein de son foyer et dévalorisation de la femme travaillant à l'extérieur de chez elle). Sont ainsi créées des tensions au sein des sociétés locales (graffitis sur les coopératives) (Simenel & al. 2009). La « communauté de l'huile d'argan », si elle existe, associe finalement des acteurs professionnels éloignés géographiquement au sein d'un réseau qui n'a plus de fondement local (Romagny & Boujrouf, 2010). Dès lors, l'idée de communauté associée au terroir entre en tension avec l'idée de sa valorisation. La mise en terroir risque de porter atteinte à la cohésion des sociétés locales alors que l'objectif est le maintien de cette cohésion originelle. Par contre, si les sociétés

⁶ La création d'une indication géographique protégée (IGP) « Argane » au Maroc veut protéger le nom d'une huile issue d'un territoire spécifique. L'objectif pour les autorités marocaines est de faire reconnaître cette indication géographique à l'international, au sens qu'en donne l'Union Européenne, afin de peser dans le cadre des négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

⁷ On fait ici référence à un exemple présenté par Mouhamadou Top lors de l'école-chercheur, décrivant un village du Sénégal spécialisé dans l'accueil touristique.

locales existantes sont entendues comme des groupes aux propriétés sociales dynamiques, la mise en terroir peut être conçue comme un outil de transition économique et sociale, favorisant la constitution de communautés professionnelles autour de produits de consommation ou de valorisation spatiale.

III.1.3 Une culture entre distinction et exclusion

Le terroir se caractérise par l'existence d'un « trait culturel distinctif ». Cette notion d'originalité (« cela n'existe que là ») revendique l'exclusivité sur les caractéristiques d'un espace ou d'un produit. Deux tendances peuvent alors être observées : la distinction et l'exclusion.

L'exemple de la clémentine corse (Linck et Casabianca, 2012) décrit un processus sociotechnique de distinction, dans lequel la spécialisation du produit n'est possible qu'à partir d'une mobilisation d'une communauté professionnelle. Le produit suit un itinéraire technologique où l'innovation devient permanente et s'inscrit dans une lecture globale du système de commercialisation (rapport à la concurrence, nouveaux marchés, etc.). Le produit du terroir construit en permanence son trait distinctif en relation à un marché globalisé. Ce processus d'innovation connecté à la globalisation ne relève-t-il pas plutôt d'une spécialisation territoriale, usant de certaines propriétés des clusters⁸ (rapprochement production – recherche) comme d'autres espaces ont pu le faire à d'autres échelles (Silicon valley aux Etats-Unis, industrie textile en Toscane) ?

Le processus d'exclusion décrit deux cas différents. D'une part, une logique qui vise à attribuer un monopole d'appellation à certains

produits (IGP, AOP) liés à un espace. Cette labellisation nécessite un arbitre extérieur à l'espace, qui hiérarchise, régleme et sanctionne. Au niveau international, la réglementation de protection des produits s'appuie sur le système des marques⁹ qui nécessite une maîtrise des procédures. De ce point de vue, chaque Etat ne bénéficie pas d'un même accès à ces ressources juridiques et techniques, instaurant une inégalité dans l'accès à la distinction ou limitant les velléités distinctives des terroirs. D'autre part, la création du monopole peut être réalisée par la destruction de la concurrence et l'exclusion d'autres produits et savoir-faire (Bérard & al. 2005) La création de monopole se heurte ainsi à des logiques d'exclusion qui interrogent le modèle de développement vertueux que l'approche terroir est sensée promouvoir.

Les traits culturels distinctifs mis en exergue dans les terroirs se situent alors en tension entre des logiques de marché qui demandent une spécialisation permanente et une logique d'institutionnalisation qui questionne l'équité sociale promue par le modèle. La connaissance de ce point de vue demeure encore limitée, et pourrait s'enrichir de cette question pour replacer les terroirs à l'intérieur des systèmes de redistribution économiques et sociaux que leur valorisation génère.

III.1.4 Des interactions à replacer dans des systèmes de régulation

Un terroir se définit également par un système d'interactions entre l'homme et son milieu naturel. Ces interactions, formalisées ou non, prennent la forme de techniques, de valeurs, de règles sociales, etc. qui font système. Le système d'interactions est évolutif dans la mesure où la cohérence du système

est maintenue par une autorégulation en continue opérée par des systèmes de gouvernance formels et informels (conseils locaux, régulations intégrées aux sociabilités quotidiennes).

Mettre en tourisme du terroir, c'est mettre en connexion différentes offres touristiques. Un produit touristique peut ainsi associer hébergement chez l'habitant, consommation, vente de produits locaux et visites patrimoniales. L'innovation touristique passe par la création de mini-systèmes d'interactions au sein d'un même terroir. La création d'un nouveau champ économique peut stimuler le système d'interactions sociotechniques en place, mais aussi le bousculer, voire le déstructurer.

Ainsi, les mini-systèmes d'interactions touristiques peuvent se juxtaposer avec le système d'interactions homme-milieu local, provoquant des conflits entre les différents usagers de l'espace. Des concurrences entre acteurs du tourisme peuvent aussi apparaître et être facteur de tensions sociales en favorisant une surexploitation des milieux. Le caractère libéral de ces formes de développement souffre à termes de l'absence de régulation (Aderghal & al. 2013). Des politiques de planification touristique (le pays d'accueil touristique (PAT) de Chefchaouen et aussi les nombreux schémas de valorisation touristique en France) luttent contre ces effets pervers en œuvrant pour la cohésion du territoire et des acteurs afin de créer des synergies entre les différentes offres. Ainsi, le développement des interactions via le développement touristique des terroirs bouleverse les systèmes de régulations préexistants et nécessite la mise en place d'une régulation extérieure. Là où les formes élaborées d'interactions constituaient la richesse des espaces et leur fragilité, la

complexification des échanges, due à la mise en terroir, ne peut faire l'économie d'une régulation globale au risque de sa surexploitation et du délitement de son système d'interactions.

III.1.5 Une immuabilité historique à relativiser

Un terroir est « construit au cours de son histoire ». Cette histoire est présentée comme l'aboutissement d'un système d'intégration des relations homme-milieu autour d'un modèle stabilisé présenté comme immuable. La figure de l'agdal marocain est frappante de ce point de vue. Il serait la résultante d'une construction sociohistorique finie, aujourd'hui rythmée par la temporalité cyclique des saisons. Dans d'autres terroirs au contraire, il s'agit de stopper une histoire et figer les caractères relevant de la « tradition » pour sauver les attributs d'authenticité avant leur effritement lié au développement économique ou touristique.

S'il est incontestable que les caractères propres d'un espace à un moment donné relèvent bien d'une construction historique, définir des espaces en terroirs revient à en fixer l'histoire. Arrêter l'histoire d'un espace et de la communauté humaine qui y réside à partir d'un préjugé d'exception consiste sans nul doute à choisir certains événements et certaines caractéristiques au détriment d'autres. Ecrire l'histoire c'est donc décider d'une histoire. La mise en valeur d'un espace portée par l'idée de terroir sous-tend des procédés de réactivation, de détournements et d'inventions de traditions qui participent d'une mise en scène où l'histoire est un attribut valorisant. Mais l'histoire immuable dont il est question est en vérité plus complexe et moins

⁸ La notion de pôle de compétence ou de cluster (anglicisme courant dans les sources francophones) correspond à une région, généralement urbanisée, où s'accroissent des savoir-faire dans un domaine technique, qui peuvent procurer un avantage compétitif au niveau planétaire une fois atteinte une masse critique. La prospérité ainsi apportée tend à se propager aux autres activités locales, notamment de service et de sous-traitance.

⁹ Les marques ont un régime juridique défini par des règles nationales dans chaque pays. Sur le plan international, il existe des conventions permettant la protection dans plusieurs pays simultanément. En revanche l'IGP est un signe d'identification et de protection limité à l'Union Européenne.

linéaire. Par exemple, les agdals ont été brûlés à plusieurs reprises lors de conflits entre populations locales et conquérants extérieurs (Aderghal 2004), remettant en cause la permanence de cette forme forestière.

Les modèles d'exploitation d'un espace demeurent liés aux systèmes économiques et politiques dominant. D'où l'importance sans doute de replacer ces espaces dans une histoire longue, de relativiser l'immuabilité des modèles, pour mieux souligner leur adaptation aux circonstances économiques et politiques et de ne pas figer leurs histoires.

III.1.6 Des milieux naturels en tension

Le terroir prend place au sein d'un « milieu naturel ». La population locale adopte une gestion des ressources en optimisant par exemple les potentiels naturels d'un espace tout en préservant sa durabilité. Souvent, les milieux naturels identifiés comme des terroirs sont en situation de fragilité. Un équilibre doit être recherché entre préservation et exploitation pour retirer de cet espace une valeur supplémentaire. Trois types de dynamiques peuvent être observés.

Cette valorisation peut créer de nouveaux équilibres. Par exemple, l'agdal tire de nouvelles ressources financières des touristes venus admirer ses paysages. Ces dernières permettent aux habitants d'acheter du gaz et donc de moins exploiter la forêt. Le développement de la forêt participe de la formation de nouveaux paysages qui accroissent l'attrait touristique. La mise en terroir apparaît ici comme un système vertueux qui potentialise la ressource naturelle.

Cette valorisation peut au contraire entraîner une prédation des ressources naturelles suite à une surexploitation. De la sorte, l'espace en

question va perdre de sa valeur touristique. Son abandon entraîne la réduction de l'exploitation de ses ressources naturelles favorisant sa régénérescence. Dans ce modèle, le milieu naturel observe une certaine résilience, l'interdépendance entre les qualités du milieu et la fréquentation touristique limitant les prélèvements sur la ressource.

Le troisième type consiste à patrimonialiser¹⁰ des milieux pour leur biodiversité. Le risque est alors de porter atteinte à la dynamique propre du système. C'est le cas par exemple quand l'Etat décide de limiter le pâturage dans certains secteurs des agdals pour conserver leur biodiversité, alors que le pâturage participe au maintien d'une plus grande diversité, notamment en maintenant les milieux ouverts. Ici la patrimonialisation touche aux systèmes d'interactions qui sont à la base de l'existence biologique de ces espaces, et à l'inverse d'une conservation, elle peut aboutir à freiner sa biodiversité.

Dès lors, les formes de mise en terroir et la diversité des contextes d'intervention présentent des dynamiques très différentes sur les milieux naturels. Cette complexité marque les conséquences des changements qui interviendraient dans les dynamiques homme-milieu existantes. Cela souligne d'autant plus la fragilité des systèmes en place et l'hétérogénéité des trajectoires qu'ils prennent, vertueuses, résilientes ou déstructurantes, qu'ils soient ou non l'objet d'une valorisation par la mise en exergue de leur terroir.

III.2 Idéaux-types et cas limites

III.2.1 Le terroir en idéaux-types

A partir de cet inventaire non exhaustif des situations de terroir confrontées aux différents concepts que véhicule la notion de « terroir », deux idéaux-types émergent. D'une part, la figure du « terroir total » : petite échelle de territoire, se présentant comme sans histoire ou dont la formation est immémoriale. Il demeure d'une très grande stabilité, ses évolutions se mesurant à un degré intergénérationnel, se montrant résilient à toutes formes de changements. Il abrite une communauté spatiale qui « fait corps » avec cet espace, les formes géographiques étant le produit de ses interactions avec la communauté, et ses interactions avec l'espace étant à la source des relations sociales (sociabilité, échanges économiques et sociaux, régulations, etc.). Le terroir forme ainsi une sorte de fait social total au sens maussien du terme, puisqu'il exprime « à la fois et d'un coup toutes les institutions » qui sont présentes en son sein.

D'autre part, la figure du « terroir spécialisé » se caractérise par la mise en valeur d'un produit original issu d'un espace délimité. Les quantités importantes de production nécessitent le plus souvent une grande échelle géographique pour sa délimitation. Même si le produit semble attaché à cet espace de tout temps, son développement est inscrit dans une histoire valorisée, qui participe de ses qualités, sociales, économiques, écologiques, voire politiques. Ce produit du terroir ne représente pas l'ensemble de la communauté territoriale dont il est issu, mais seulement un groupe, ayant les mêmes caractéristiques sociales. Soumis à la nécessité de se

distinguer pour garder un avantage compétitif, la recherche constante de qualité demande au groupe de se constituer en une communauté professionnelle, instituant ses propres normes et règles de production et de régulation. Cette professionnalisation opère peu à peu une sélection pour ne retenir que ceux qui seront capables de s'adapter aux exigences du marché. Enfin, le milieu naturel est conditionné pour la culture d'un produit et donc relativement plus fragile et dépendant des interventions humaines. L'espace géographique et social de production de la clémentine corse, et globalement les IGP et AOP, correspondent relativement à cet idéal-typique.

III.2.2 Vers de nouveaux terroirs ?

Ces idéaux-types invitent à poursuivre une lecture de la transformation des espaces en produits, ou des produits en espaces. Les exemples de réappropriation du terme « terroir » foisonnent aujourd'hui dans nos assiettes, dans les espaces touristiques, de la campagne française profonde au Haut-Atlas marocain. Le terroir s'affiche partout, comme une marque à part entière, garante d'une éthique sociale, écologique et économique. Jusqu'où pourrait aller sa marchandisation ? Est-il possible d'imaginer de nouveaux terroirs à partir des dernières formes marchandisées ? Deux formes nous viennent ainsi à l'esprit. Celle tout d'abord d'un « terroir total distinctif » : sorte de « Club med » du terroir, il aurait pour objectif d'offrir aux touristes un espace de promotion écologique. Toute l'alimentation serait produite sur place, valorisée pour ses qualités et bienfaits divers, et l'ensemble des installations affichent une empreinte écologique nulle ou extrêmement limitée.

¹⁰ Cette action est guidée par l'idée que « les cycles et l'évolution du vivant se [trouvent] tout d'un coup menacés. » Au travers de la patrimonialisation du vivant, l'Etat se donne « la possibilité pratique d'intervenir sur la perpétuation du vivant qui appelle à conserver de la nature tout ce qui pourrait être utile à cet objectif. » (Micoud : 67, 2000)

IV. Le Terroir paradigmatique

Pour fonctionner, ce type de terroir nécessite une communauté professionnelle qui articule agriculteurs, accueil et service touristique et gestion de l'empreinte écologique, ce qui induit un management et une innovation continus. Ce nouveau tourisme bioclimatique revêt toutes les normes de confort et de bien-être demandées par les visiteurs qui peuvent s'enorgueillir une fois rentrés chez eux du respect qu'ils portent à l'environnement.

Une autre forme serait celle d'un « terroir virtuel », regroupant à lui seul un ensemble de produits se distinguant par l'originalité de leur origine. Ici le terroir est un coffret ou une boutique, qui collectionne et rend équidistant un ensemble de produits au travers d'un même packaging, d'une terminologie englobante, de signes valorisant et analogues. Le terroir est ainsi consommé par la médiation de produits dont les qualités sont mises en équivalence pour donner l'illusion d'espaces de productions et de cultures homogènes. La similarité des formes laisse penser que les protocoles de production sont maîtrisés pour chacun des produits, faisant supposer une uniformité fonctionnelle d'espaces géographiques différents. Les coffrets de l'Occitane, ou certaines boutiques chics des grandes villes et des aéroports, sont les dignes représentants de ce nouveau terroir, directement accessible autant qu'il est déterritorialisé.

III.2.3 Une définition mise à l'épreuve pour une approche critique du concept

Ainsi, sous une définition englobante et « allant de soi », la description des terrains fait apparaître une mosaïque de situations contrastées. A l'épreuve des catégories normatives que chacun des termes de la

définition proposent, les réalités diffèrent, s'opposent, se fragmentent, alors qu'elles semblaient pouvoir être unifiées en un tout. Certes, la définition de l'UNESCO offre un premier cadre général et commun à un fait géographique et humain qu'il convenait de penser. Mais il est aujourd'hui regrettable que le concept de terroir soit le plus souvent considéré comme une fin en soi, autant dans la littérature scientifique qui l'envisage comme un modèle vers lequel les territoires devraient tendre, que dans les politiques publiques qui assignent objectifs et référentiels à partir de ce modèle. Il conviendrait au contraire de poursuivre cette analyse critique, en repensant la dynamique des catégories prises de manières isolées ou en interactions, tout en assumant les remaniements issus d'une réflexion sur les soubassements idéologiques et épistémologiques du concept.

Proposer une version paradigmatique du terroir, c'est œuvrer et militer pour un examen critique des soubassements épistémologiques et idéologiques du terroir auquel les chercheurs, toutes disciplines confondues, participent. De par l'imbrication complexe des différentes sphères qui font le terroir, il se présente comme un formidable terreau de la science en train de se faire ; quelques pistes sont ici formulées.

IV.1 Un paradigme entre société, économie, politique et science à vocation internationale

Le terroir, qu'il soit notion, concept ou paradigme, n'a jamais été une simple réalité empirique tout comme il n'a jamais relevé uniquement du domaine scientifique. De la crise de la viticulture française à la mise en place des IG jusqu'à sa mise en avant en tant que modèle de développement durable, le terroir s'est toujours situé au cœur d'une démarche sociétale l'entraînant conjointement dans les sphères du politique, du social, de l'économie et du scientifique. Comme cela a été montré précédemment, le terroir a toujours été le théâtre d'une pluralité de logiques, d'acteurs et d'échelles à l'intérieur desquelles se sont inscrites les démarches scientifiques. Les recherches sur le terroir prennent ainsi place dans cet imbroglio et participent pleinement des dynamiques rétro-influences entre tous ceux qui font le terroir. Considérer ces imbrications anciennes et complexes entre science, société et politique, c'est définir une posture pour appréhender le terroir comme objet scientifique car l'ampleur du phénomène est telle que le terroir fait figure de paradigme.

Que ce soit en termes de terroir ou de productions localisées, ces thèmes se retrouvent largement au sein des instances, des programmes de recherches et d'enseignements universitaires et professionnels. Des unités de recherche, telle que l'antenne CNRS « Ressources terroirs – cultures, usages et sociétés », participent de la construction de la légitimité scientifique et institutionnelle de cet objet. La dialectique terroir est au cœur de la pensée sur l'enseignement (Prévost, 2011 et Cluzel, 2009). Le terroir est aussi un espace privilégié pour pratiquer la pluridisciplinarité. Bien que la tendance soit à la normalisation, la spécificité des approches disciplinaires permet une certaine complémentarité (Bérard & al. 2004). L'engouement pour les terroirs est lié au contexte florissant de la recherche-action et de la « montée des experts » dans les systèmes de décisions politiques et économiques (Berrebi-Hoffmann). L'heure n'est résolument plus à une démarche descendante, de la recherche vers l'applicabilité, mais interactive. Face à des attentes sociétales, les chercheurs sont sollicités en tant qu'experts pour résoudre des problèmes de « mise en terroir » (IG par exemple). Ils interviennent ainsi dans un dispositif déjà en place et leur participation contribue à le légitimer (Bérard & al. 2004). Le terroir illustre ainsi l'interpénétration croissante entre savoir académique, légitime, profession, marché et Etat (Benamouzig & al. 2009). Les savoirs sont alors plus « interactionnels » qu'académiques et les contours de leur influence deviennent difficiles à démêler. Quand les chercheurs se font experts, on ne peut que noter l'absence de réflexion de fond sur les concepts, logiques et rouages que portent implicitement les

dispositifs institutionnels (Bérard & al. 2004). Ce contexte de la recherche-action est aussi lié aux conceptions contemporaines de la science : « *la recherche scientifique est désormais reconnue comme un facteur clé de développement* » et « *la référence devient la figure du « chercheur-entrepreneur »* » (Vilkas 63-64). Les rapports entre science, politique et économie ont été remodelés suite aux réformes engagées en Europe depuis les années 2000 : d'un bien public, la science et le domaine des savoirs sont officiellement devenus un bien politique, économique et sociétal. Et face à cela, le terroir et ses produits s'érigent en bien d'intérêt public (Allaire).

En soulignant, l'impératif de l'action et le brouillage des figures du savant et celle du politique comme entre science, action et décision (Zimmermann), il ne s'agit pas ici par effet de contraste de louer le mythe d'une recherche scientifique désintéressée et d'une distinction radicale entre science fondamentale et science de l'action. Comme l'affirme Bruno Latour (1997) : « *Toute recherche est action* » et les problèmes que rencontre la recherche fondamentale sont des problèmes déjà formatés à l'extérieur du monde la recherche. Le terroir se présente comme un paradigme scientifique car une diversité de chercheurs, de disciplines et d'instances de recherche variées convergent autour de l'idée que le terroir pose des questions auxquelles les sciences tentent de répondre. La méthode pour traiter de ce problème constitue une solution scientifiquement acceptable, et dans le cas du terroir, les solutions d'énigmes concrètes, employées comme modèles ou exemples remplacent les règles explicites en tant que base de solution (Kuhn, 1962). Etablir le terroir comme un objet scientifique conduit à un processus de normalisation du concept

de terroir, « *il ne s'agit que d'une tentative normative, donc destinée à être contournée, contestée et en somme à être transformée malgré sa vocation originale.* » (Cartier 5, 2013) En revanche, envisager le terroir comme un paradigme redéfinit un objet de recherche sur lequel la sociologie des connaissances, l'anthropologie philosophique, l'ethnologie et bien d'autres disciplines pourraient produire des clés de compréhension et mettre en lumière les chaînes de connaissances dont les terroirs seraient sans doute les premiers bénéficiaires. Cette nécessité de réfléchir aux conditions d'émergence de la science et de manière substantive au contenu du savoir est d'autant plus évidente que le terroir et ses produits restent des objets « à la fois surinvestis et fort mal connus » (Bérard & al. 2004 : 592).

IV.2 Le terroir « coïncé » entre nature et culture

Certes, il est reconnu que le terroir constitue une illustration particulièrement riche de l'interface homme-nature, mais cette conceptualisation ne prend pas en compte les apports récents de l'anthropologie et de la sociologie des sciences qui mettent en abîme la dualité nature-culture (Descola, 2005). Après un processus de naturalisation du vivant, les dimensions culturelles et sociales ont été mises au premier plan dans l'agencement de l'environnement. Le terroir illustre une vision « anthropocentrée » de la domestication de l'environnement et du façonnage des terroirs. Il est considéré de manière assez consensuelle comme une construction dans laquelle est privilégié un

rapport de domestication de la nature par les hommes. A l'heure de l'internationalisation du concept¹¹, cette vision du terroir illustre aussi une « naturalisation » des ontologies non occidentales. Le terroir est l'enfant d'une manière singulière de penser le monde. Les catégories nature et culture ne sont qu'une construction de la pensée occidentale, et sont à l'origine d'une cosmologie, d'une organisation du monde soit d'une ontologie naturaliste (Descola, 2005). Cette conception, tout comme l'activité et les objets scientifiques, doit être considérée comme un système de croyances, de traditions orales et de pratiques culturelles spécifiques (Latour & Woolgar, 1996). Le terroir est donc le résultat d'une idéologie occidentale. Cependant, l'homme n'est pas partout pensé comme le seul à façonner l'environnement. De nombreux travaux ethnologiques témoignent de l'existence d'une « pluralité des conceptualisations du monde vivant », donc de la nature et de la culture, et démontrant combien chaque savoir traduit une manière singulière d'être au monde (Brunois : 33, 2005). La domestication de la nature ne se fait pas uniquement par l'action et l'intervention sans cesse reconduite de l'homme mais aussi via d'autres êtres visibles ou non. Il en est ainsi par exemple dans le sud marocain où le monde est pensé comme entièrement domestique et où la question qui se pose est de savoir qui en sont les auteurs (Simenel, 2007 et 2012). Les heurts semblent donc inévitables à l'exportation d'une conception localisée. Certes, des processus locaux d'appropriation et de renégociation sont à l'œuvre quand le concept devient opérationnel au Sud, mais il n'en demeure pas moins que vouloir internationaliser le terroir, c'est par là même exporter une conceptualisation occidentale

du monde et des êtres qui l'habitent. Pour autant, si le terroir est l'expression contingente de valeurs culturelles issues d'un paradigme proprement occidental, cela ne signifie pas pour autant qu'il n'existe pas ailleurs, au Sud, quelque chose qui relève du terroir. La démarche scientifique ne peut faire l'économie d'une réflexion sur ce que peut être le terroir d'un point de vue local. Ainsi dans le sud marocain : « *Dans le processus de classification des produits existants et disponibles, c'est la culture matérielle locale, dite « musulmane », qui est posée comme un juste milieu entre la culture globale et industrielle dite « chrétienne » et la culture autochtone et archaïque des jnoun [...] voilà en quelques traits une conception marocaine du produit de terroir tel que la conçoivent les Aït Ba'amran.* » (Simenel 2010 : 176) La dualité nature-culture constitue sans aucun doute une barrière épistémologique, un heurt paradigmatique. Une reformulation des objets de recherche doit se poursuivre pour que ces propos ne continuent pas d'être d'actualité : « *La science et la technique sont des histoires dramatiques dans lesquelles l'identité des acteurs est un des éléments en discussion. L'observateur qui ignore ces incertitudes court le danger d'écrire une histoire partisane dans laquelle sont mis en scène des acteurs dont la réalité et l'existence même sont problématiques* » (Callon 1986 :175). Déjà dans les années 1980, cet auteur soulignait la nécessité pour l'observateur d'abandonner « *toute distinction a priori entre faits de Nature et faits de Société et qu'il rejette l'hypothèse d'une frontière définitive séparant les deux.* » (Callon 1986 :176), principe de méthode et de traduction qui n'a pas su encore s'imposer. Presque trente ans plus tard, il convient de le rappeler.

¹¹ Rappelons que le concept de terroir prend ses racines dans le monde francophone. De nombreuses questions émergent quant à la traduction du terme, à son transfert et à son appropriation ailleurs, notamment dans les pays du Sud.

IV.3 Le terroir à l'international : entre développement durable et capitalisme

Le terroir, défini comme un « *ensemble local nature-technique-société* », est un objet scientifique foisonnant, et est aussi un fer de lance reconnu des politiques de développement durable. Il en est un formidable outil car il réunit tous les fronts : culture, économie, social et environnement et cela au bénéfice des générations actuelles et futures. Érigé en norme par diverses institutions, dont l'UNESCO, le terroir est considéré comme un concept opératoire efficient suite au retour au local et au changement de paradigme dans les politiques d'aide au développement au Sud avec l'intégration de l'idée de « bonne gouvernance » et de démarche participative (Atlani-Duault, 2005). Le succès du terroir doit être compris en synergie avec le succès des démarches patrimoniales. En plus du fait que les deux notions ont connu une évolution de sens comparable dans l'intégration des communautés humaines, les produits du terroir occupent désormais une place centrale dans de nombreux projets de valorisation du patrimoine (Bérard et al. 2005).

Dans la définition des terroirs, la culture a été remise au centre avec l'idée sous-jacente d'une « harmonie secrète entre peuple et pays ». (Cartier : 6, 2013). Les produits du terroir sont essentiellement inscrits dans la culture et la société locale alors que les facteurs naturels sont implicites (Bérard & al. 2004). Ce processus est à croiser avec le fait que depuis le début du XXI^e siècle, la diversité culturelle est pensée elle aussi comme clé du développement durable.

Cependant, le développement durable est une idéologie, parfois même une doctrine lorsqu'il

s'agit de convaincre, de diffuser et d'éduquer, et est une construction élaborée selon le type d'action qui la sous-tend (Rist 1994). Pour Rist (2001), le développement durable ne remet pas en question l'accumulation du terme culture, la culture dominante reste le capitalisme (Latouche, 1986). Le marché est le régulateur des produits et donc de leurs terroirs. Dans bien des cas au sud, les produits locaux étiquetés « terroir » sont l'objet d'attention développementaliste dans un but de commercialisation à l'extérieur du terroir de production. Il existe une réelle inadéquation de la production des produits du terroir avec des circuits courts de commercialisation. On produit pour les autres au nom du développement économique et social et de la protection de la biodiversité culturelle, mais on ne se soucie que très peu du maintien de la disponibilité des ressources naturelles et alimentaires pour les populations locales.

Dès lors, le terroir est présenté comme un paradigme de développement durable qui porte en lui une synergie harmonieuse entre les nouvelles attentes de consommations patrimoniales et écologiques, et les potentialités des espaces ruraux, en faisant l'économie d'une réforme de ce système de production. Une partie de l'équation est oubliée : le maintien et l'accroissement des inégalités entre terroirs du Nord et du Sud, et à l'intérieur d'un même terroir. Car aujourd'hui, à la question de savoir si le développement durable est soluble dans le capitalisme, la réponse est négative : Zuideau privilégie la thèse de l'existence d'un antagonisme systémique du point de vue des caractéristiques structurelles des deux logiques. Cormier-Salem et Roussel concluaient en 2009 que c'est le marché qui a le dernier mot. Mais puisque les chercheurs

mobilisés intègrent dans leur démarche le rôle que ces produits peuvent avoir sur le maintien de la biodiversité culturelle et sur le développement local, le présent article est engagé pour un militantisme intellectuel. La question mérite d'être reposée à nos consciences scientifiques : puisque toute recherche est action, n'est-il pas aussi légitime de se demander de quelle action le chercheur est-il le contributeur ?

V. Conclusion : terroir et fragmentation

Tel que l'UNESCO envisage le terroir, c'est oblitérer que chaque élément de la définition retenue peut agir comme un fragment autonome au point de créer une nouvelle réalité loin de l'ambition première et sans liens avec les autres éléments et fragments du concept. Ainsi la vocation normative de définition d'un concept opératoire à vocation internationale dans une logique développementaliste est en soi porteuse d'un processus de fragmentation. Deux processus peuvent alors être décrits. La fragmentation peut être le témoin, une étape, dans un principe d'historicité, à l'intérieur d'une dynamique de mutation d'un phénomène économique, social, culturel, politique et/ou spatial. Ce passage pourrait alors être envisagé comme incontournable, jusqu'à ce qu'une nouvelle réalité fasse évidence... l'émergence d'une nouvelle conceptualisation du terroir. Sous un autre angle d'approche, le terroir témoigne d'une réalité fragmentée tant au niveau des savoirs que des réalités empiriques. Mais tout est question d'échelle et de point de vue. Alors que les fragments montrent une réalité disloquée, si l'on se place en surplomb, l'homogénéité et la cohérence du système de ces différents fragments est perceptible. Le terroir fait figure de paradigme tant au niveau social, économique, politique que scientifique. Les fragments peuvent s'opposer, être en tensions ou être porteurs de divisions mais les liens qu'ils entretiennent entre eux sont tout aussi constitutifs de la réalité à laquelle chacun contribue, réalité intelligible et détenant sa propre cohérence grâce aux différents fragments qui la composent. Les liens et les divisions sont en somme les deux faces d'une même pièce. La posture choisie détermine ce que l'on veut lui faire dire et ce que l'on veut en faire.

Aderghal Mohamed

Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines. La montagne marocaine: les représentations d'un espace marginal. Rabat : Publications de la Faculté des lettres et Sciences humaines, Série Colloques et Séminaires (119), 2004.

Aderghal Mohamed, Berriane Mohamed, Iraki Aziz, & Laounia Abdellah

Projet de territoire, territoire de projet . GéoDév.ma 1 (2013) : 1-22.

Allaire Gilles

Produits du terroir : dimensions culturelles et attentes sociétales. Séminaire international d'Antalya, déc. 2010.

Ansaloni Matthieu & Fouilleux Eve

Terroir et protection de l'environnement : un mariage indésirable? *Politiques et Management public* 26 : 4 (2008): 3-24.

Atlani-Duault Laetitia

Les ONG à l'heure de la "bonne gouvernance". Autrepap 35 (2005) : 3-17.

Auclair Laurent & Simenel Romain

Quand le forestier endosse les habits du saint... La gestion des frontières communautaires dans le sud marocain . *Revue Forestière Française, numéro spécial La gestion de la forêt marocaine* (à paraître).

Auclair Laurent & Alifriqui Mohamed

Agdal, patrimoine socio-écologique de l'Atlas marocain. Rabat : IRD-IRCAM, 2012.

Benamouzig Daniel, Barbier Jean-Claude, Geoffard Pierre-Yves & Duvoux Nicolas

Les sciences sociales à l'épreuve de l'expertise. *Sociologie.revues.org*. 2011, Disponible sur <http://sociologie.revues.org/878>, consulté le 22 mars 2013.

Bérard Laurence, Cegarra Marie, Djama Marcel, Louafi Sélim, Marcheray Philippe, Roussel Bernard & Verdeaux François

Savoirs et savoir-faire naturalistes locaux : l'originalité française . Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement. 6 : 1 (mai 2005) Disponible sur <http://vertigo.revues.org/2887>, consulté le 17 février 2014, (2005)

Bérard Laurence

Savoirs, terroirs, produits : un patrimoine biologique et culturel. *Produits agricoles et alimentaires d'origine : enjeux et acquis scientifiques.* Actes du colloque international de restitution des travaux de recherche sur les indications et appellations géographiques, 17-18 novembre 2005, Paris, (2005).

Bérard Laurence, Delfosse Claire & Marcheray Philippe

Les « produits de terroir » : de la recherche à l'expertise . *Ethnologie française* 34 : 4 (2004) : 591-600.

Berrebi-Hoffmann, Isabelle & Lallement Michel

À quoi servent les experts ? *Cahiers internationaux de sociologie* 126 : 1 (2009) : 5-12.

Bertacchini Yann

Territoire et Territorialités. Vers l'intelligence territoriale. Toulon : Presses Technologiques, coll. « Les E.T.I.C », 2002.

Brunois Florence

Pour une approche interactive des savoirs locaux : l'ethno-éthologie. *Journal de la société des Océanistes* 120-121 :1/2 (2005) : 31- 40.

Callon Michel, Lascoumes Pierre, & Barthe Yannick

Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique. Paris : Le Seuil, coll. « La couleur des idées », 2001.

Callon Michel

Éléments pour une sociologie de la traduction. La domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc. *L'Année sociologique* 36 (1986) : 169-208.

Cartier Stéphane

Terroirs en nuances. *Strates.revues.org*, 2004, disponible sur <http://strates.revues.org/396>, consulté le 03 mai 2013.

Casabianca François & Valceshini, Egizio

La qualité dans l'agro-alimentaire : émergence d'un champ de recherches . Rapport final AIP Construction Sociale de la Qualité Paris : INRA, (1996) :130-137.

Cluzel Alexandre

Le terroir, un enseignement d'avenir. Mémoire de Master 2, Université Montpellier 2 et Lyon 1, 2009.

Cormier-Salem Marie-Christine & Roussel Bernard

Localiser les produits et valoriser les spécificités locales. Une dynamique générale et foisonnante. *Autrepap* 50 (2009) : 3-16.

Cova Bernard

Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien. Paris : L'Harmattan, 1995.

Damamme Aurélie

La difficile reconnaissance du travail féminin au Maroc. Le cas des coopératives d'huile d'argan. *Femmes, économie et développement. De la résistance à la justice sociale.* Isabelle Guérin & Madeleine Hersent (sous la dir. de). Paris : Editions Erès/IRD, (2011) : 87-106.

Dejeux Dominique

L'ethnomarketing, une approche anthropologique de la consommation. *Utinam* 21-22 (1997) : 111-147.

Descola Philippe

Par-delà nature et culture, Paris : Gallimard, Bibliothèque des sciences humaines, 2005.

Dubuisson-Quellier Sophie & Neuville Jean-Philippe

Juger pour échanger. La construction sociale de l'accord sur la qualité dans une économie des jugements individuels. Paris : EHESS, 2004.

Durkheim Émile

De la division du travail social, Paris : PUF, (9ème édition), 1930.

Faure Alain

Dynamiques intercommunales, leadership et territoire : le pouvoir local change-t-il les politiques publiques ? *Sciences de la Société* 53 (2001) : 11-24.

Fort Fathia & Fort François

Alternatives marketing pour les produits de terroir. *Revue française de gestion* 3 :162 (2006) : 145-159.

Freeman Edward

Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston : Pitman , 1984.

Hirczak Maud, Moalla Medhi, Mollard Amédée, Pecqueur Bernard, Rambonilaza Mbolatiana & Vollet Dominique

Le modèle du panier de biens. *Économie rurale* 308 : varia (novembre-décembre 2008) : 55-70.

INRA

Terroirs, territoires, lieux d'innovation. Paris : INRA, dossier thématique, 1994.

Jabiot Isabelle

Entre innovation et conformité. La coopérative Tamounte d'extraction d'huile d'argan.

Mémoire de maîtrise d'ethnologie, Université Paris X Nanterre, 2007.

Karpik Lucien

L'économie des singularités. Paris : Gallimard, 2007.

Kuhn Thomas

La structure des révolutions scientifiques. Paris : Flammarion, 1962/2008.

Lancaster Kelvin

A New Approach to Consumer Theory. Journal of Political Economy 74 : 2 (Avril 1966) :132-157.

Lascombes Pierre & Le Gales Patrick

Une sociologie politique que l'action publique. Paris : Armand Colin, 2012.

Latouche Serge

Faut-il refuser le développement ? Paris : Presses Universitaires de France, 1986.

Latour Bruno & Woolgar Steve

La vie de laboratoire. La production des faits scientifiques. Paris : La découverte, coll. « Poche » 1996.

Latour Bruno

Toute recherche est action! Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement 30 (1997) : 197-208.

Linck Thierry & Casabianca François

La construction de la qualité dans les produits de terroir en Corse. Des dispositifs techniques aux choix de développement. Communication réalisée pour l'Ecole-Chercheur : *Terroirs et patrimoines ruraux méditerranéens au XXI^e siècle : entre idéologie, projets et réalités de terrain*, Marrakech, Octobre 2012.

Meffesoli Michel

Le temps des tribus. Paris : Meridiens Klincksieck, 1988.

Mendras Henri

La fin des paysans. Arles : Actes Sud, 1992.

Micoud André

Patrimonialiser le vivant. Espaces Temps, 74/75 (2000) : 66-77.

Mollard Amédée

Services environnementaux de l'agriculture et multifonctionnalité : concepts et méthodes. Document de travail, 2002.

Mollard Amédée & Pecqueur Bernard

De l'hypothèse au modèle du panier de biens et de services. Histoire succincte d'une recherche . Économie rurale 300 (Juillet-août 2007) : 110-114.

Pecqueur Bernard.

Quel tournant territorial de l'économie mondiale globalisée ?

Intervention aux Vème rencontres inter-universitaires d'économie sociale et solidaire. Aix en Provence, 11 -12 mai 2005.

Pigou Arthur-Cecil

The economics of welfare. Londres : Macmillan, 4^{ème} édition, 1932.

Prevost Philippe

Enjeux didactiques dans la formation des agronomes: cas de la notion Terroir. Natures Sciences Sociétés 1 : 19 (2011) : 50-55.

Rastoin Jean-Louis

Vers de nouveaux modèles d'organisation du système agroalimentaire ? Approches stratégiques .

MSH-M. Séminaire de recherche, *Produits de terroir, filière qualité et développement*, Montpellier, 22 juin 2006.

Ricardo David

Des principes de l'économie politique et de l'impôt.

Paris : éd. Flammarion, coll. Garnier-Flammarion, 1817/1999.

Rist Gilbert

Le développement, histoire d'une croyance occidentale. Paris, Presses de Sciences Po, 2001.

Rist Gilbert (Dir.)

La culture otage du développement. Paris : l'Harmattan-EADI, 1994.

Romagny Bruno & Boujrouf Saïd

La ruée vers l'huile d'argan, chronique de la patrimonialisation d'un terroir marocain. Hespéris Tamuda XLV (2010) : 151-166.

Simenel Romain

Quand les djinns sèment le doute dans l'ordre des apparences : un contrepoint animiste dans l'ontologie analogique marocaine. Les actes des Rencontres du CJB (2012) : 13-18.

Beldi / Roumi : une conception marocaine du produit de terroir, exemple des Aït Ba'amran. Hesperis-Tamuda XLV (2010) : 167-176.

Simenel Romain, Michon Geneviève, Auclair Laurent, Romagny Bruno, Thomas Yildiz & Guyon Marion

L'argan : l'huile qui cache la forêt domestique. Autrepart 50 (2009) : 51-74.

Simenel Romain

L'origine est aux frontières : espace, histoire et société dans une terre d'exil du sud marocain.

Thèse d'ethnologie sous la dir. de Jamous Raymond, Université de Paris X Nanterre, 2007.

Tonnies Ferdinand

Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der reinen Soziologie. Berlin : Karl Curtius, 1912.

Torre André

Economie de la Proximité et Activités Agricoles et Agro-alimentaires. Revue d'Economie Régionale et Urbaine 3 (2000) : 407-426.

Vilkas Catherine

Des pairs aux experts : l'émergence d'un « nouveau management » de la recherche scientifique ? Cahiers internationaux de sociologie 1: 126 (2009) : 61-79.

Zimmerman Bénédicte (Dir.)

Les sciences sociales à l'épreuve de l'action. Le savant, le politique et l'Europe. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2004.

Zuindeau Bertrand

Le développement durable est-il soluble dans le capitalisme ? *Territoire en mouvement.* revues.org 2006, disponible sur <http://tem.revues.org/430>, consulté le 11 octobre 2012.