



357 pages 32 euros TTC
ISBN : 978-2-84654-278-4 EAN : 9782846542784

pour commander

chez l'éditeur
Boutique de l'Histoire/Indes savantes,
94, boulevard Auguste Blanqui, 75013 Paris
Courriel : contact@lesindessavantes.com
Web : <http://www.lesindessavantes.com>

chez votre libraire

La mode du terroir et les produits alimentaires

sous la direction de Claire Delfosse

Laboratoire d'études rurales-Université Lyon 2

En France, l'association mode du terroir et produit alimentaire interroge le rapport ambigu des Français à la campagne et à l'agriculture. Le terroir évoque la campagne, la terre, l'enracinement et, en négatif, l'archaïsme de la vie paysanne. Pour les fromages ou les vins, le terroir n'a pas toujours été synonyme d'excellence. Longtemps on recherchait l'hygiène et le moderne. C'est la mode des années 1980 qui l'a remis au goût du jour. Ce retour du terroir comme valeur positive est à mettre en parallèle avec la patrimonialisation de la campagne et sa mise en tourisme. Aujourd'hui, au tournant des années 2010, le terroir fait référence au « vrai » qui prend des teintes « naturelles » : le terroir se fait « nature » et « citadin ». A l'échelle internationale, les trois questions majeures qui se posent sont celle des Indications géographiques (IG), de la biodiversité et de la reconnaissance du patrimoine immatériel.

Les auteurs de ce livre proposent des éclairages renouvelés sur la question du terroir et son rapport aux produits alimentaires. Leurs points de vue sont divers : ce sont des géographes, des économistes, des ethnologues, des sociologues et des technologues..., qui écrivent; chacun abordant sa réflexion à une échelle différente, sous un angle français ou étranger. L'ouvrage s'organise en trois parties : « Dire le terroir », qui fait la part belle à l'épistémologie et illustre la passion française pour le terroir ; « Construire le terroir », qui considère le rôle des acteurs et des politiques de valorisation et, enfin, « Terroir et Indications géographiques », qui traite des enjeux de labellisation des produits sous IG.

Table des matières

Introduction, par C. Delfosse

Première partie : Dire le terroir

Le terroir, un bel objet géographique, par C. Delfosse et I. Lefort

Du terroir au sens des lieux, par L. Bérard

Les terroirs constituent-ils un objet économique ?, par B. Pecqueur

La rhétorique du terroir, par G. Allaire

Terroir et typicité : un enjeu de terminologie pour les Indications géographiques, par F. Casabianca, B. Sylvander, Y. Noël, C. Béranger, J.B. Coulon, F. Roncin, G. Flutet, G. Giraud

Deuxième partie : Construire le terroir

Le territoire viti-vinicole, un projet sociétal, par J.-C. Hinnewinkel

Une stratégie des territoires du vin face aux mutations du marché viti-vinicole mondial : redéfinition des terroirs, par H. Gibert, P. Niederle

Les terroirs de valorisation gastronomique, par J. Bessière

Du territoire cultivé au territoire culturel : « Terroir-isation » et produits locaux en Norvège, par V. Amilien

Le marché des produits du terroir au Québec : de multiples formes d'échange en construction, par C. Chazoule, F. Jouve, R. Lambert

Suisse : la reconnaissance des terroirs, par E. Thévenod-Mottet, S. Boisseaux, D. Barjolle

Troisième partie : Terroir et Indications géographiques

L'origine des viandes et des produits carnés : le terroir reconstruit ?, par P. Sans, G. de Fonguyon, J.-P. Boutonnet, F. Casabianca

Les huiles provençales, par C. Durbiano

Faire son beurre avec le terroir ? L'exemple des beurres du Nord et de Bresse, par C. Delfosse

Les Indications géographiques, outils de construction des terroirs et de la biodiversité à l'aune des règles internationales du commerce : quelles tendances en Méditerranée ?, par H. Ilbert

La mise en politique des Indications géographiques et du terroir au Brésil : principaux défis et perspectives, par C. Cerdan, D. Vitrolles, G. Mascarenhas, J. Wilkinson

Postface : *La valorisation économique des terroirs sur les marchés alimentaires*, par E. Valceschini