

UMR 7533 LADYSS, Axe 1  
Journée interaxes  
Recherches agro-alimentaire au LADYSS  
30 juin 2014.

## Compte-rendu

Organisateurs scientifiques et logistiques : Aline Brochot, Pascal Grouiez, Françoise Plet, avec les collaborations de Béatrice Moëllic, Florence Daniel, Faïza Mohamed-Saïd.

Animateurs de séances : Alain Bué, Bouziane Semmoud

Enregistrements audio : Aline Brochot, Marine Dubos-Raoul

Ecriture à partir des enregistrements : Françoise Plet

**Ce compte rendu s'attache surtout à diffuser le contenu des discussions. Les résumés des communications sont rappelés, ainsi que les éléments du propos des intervenants auxquels le débat fait référence. Il est difficile de rendre le discours des présentations appuyées sur une vidéo-projection, mais l'indication des adresses email des auteurs permet à chaque lecteur de s'adresser directement aux auteurs pour plus de précisions.**

**Des références émaillent diverses interventions. L'œuvre de la plupart des auteurs cités est référencée sur internet. Je ne donnerai donc en note que les références à des ouvrages précis appelés par les interventions.**

[Pour consulter le programme, cliquer ici](#)

### I. Introduction

- **Présentation de la journée :**

Françoise Plet [fplet@free.fr](mailto:fplet@free.fr)

Avant de donner la parole aux observateurs extérieurs, puis aux intervenants du LADYSS, deux points sont mis en perspective : la riche histoire du LADYSS en matière de travaux concernant le rural, l'agricole, les agriculteurs et leurs activités, et, plus secondairement les produits, dont les produits transformés, et, dans la dernière décennie, la distribution et la consommation alimentaire, ou, du moins l'offre de consommation ([Voir le fichier « Bibliographie - Les recherches rurales et agro-alimentaires dans l'histoire du LADYSS \(1968-2012\) »](#)) ; la question majeure de la mémoire et de l'archive en matière de recherche dans le domaine agro-alimentaire, surtout à des niveaux d'analyse qui dépassent le niveau purement local.

A.-Pour ce qui concerne un état de **l'histoire intellectuelle du LADYSS** créé en 1997, et de ses prédécesseurs : le GRS (Groupe de sociologie rurale) puis GRMSE (Groupe de recherches sur les mutations des sociétés européennes) à Nanterre ; le Laboratoire de géographie humaine (LGH), puis STRATES à Paris 1, s'est posée d'emblée la question de l'archive. En effet, si je disposais d'un état des recherches et publications rurales de STRATES et du LGH qui l'avaient précédé<sup>1</sup>, il ne m'a pas été possible de retrouver les rapports d'activité du GRS et du GRMSE, sans doute disparus lors de l'un des déménagements successifs du LADYSS au sein du site de Nanterre.

---

<sup>1</sup> Plet F. (1996-97) « Les travaux des chercheurs de STRATES », in *STRATES, matériaux pour la recherche en sciences sociales*, n°9 (Crises et mutations des territoires), pp. 165-183.

J'ai choisi, pour ce travail, de donner à l'agro-alimentaire un sens large, incluant le rural, car la question rurale, comprenant très largement l'agriculture, a été un élément important des recherches dès avant les années 1970.

J'ai choisi une présentation à la fois thématique et diachronique<sup>2</sup> car des sujets apparaissent, disparaissent, réapparaissent selon les moments. Ceci est en assez grande partie lié à l'ambiance socio-politique, notamment en raison des contrats financés par les institutions, qui créent des moments de « paquets thématiques », puis des pauses. Un autre élément est la vie propre du/des laboratoire(s). Des chercheurs en sortent, par retraite, ou pour aller vers d'autres destinations, ce qui est de plus en plus important depuis que les enseignants chercheurs ont obligation d'entrer dans un laboratoire reconnu dans leur université. Les doctorants ne font pour la plupart que passer, avec des sujets de recherche personnels qui ne sont pas ensuite poursuivis. D'autres membres sont plus permanents, mais n'agrègent pas toujours d'autres chercheurs sur un domaine. Reflet d'une liberté du LADYSS qui chercherait moins à créer des « écoles » qu'à révéler des chercheurs ? Mais on constate dans les années 2000 que des champs s'échangent de manière plus importante, et que les signatures multiples deviennent de plus en plus nombreuses, sans que l'on sache s'il s'agit de véritables coopérations rédactionnelles, ou de valorisation bibliométrique à la manière « sciences dures » sous la forme de chapelets « d'auteurs ».

La question des **espaces ruraux** a donné lieu à de nombreux travaux, concernant notamment la France. Parmi les approches majeures : l'observation à l'échelle nationale, à partir de données départementales, voire cantonales ou communales au fur et à mesure de l'amélioration des outils de traitement des données, donnant lieu à des typologies ; la question des relations villes-campagnes et du périurbain ; puis les paysages. Des analyses locales de sociétés rurales principalement menées par les sociologues, il découlera l'idée « d'observatoire ». Tous les anciens « terrains » n'ont pas nécessairement été repris, en dépit de l'ambition du projet, mais la continuité des travaux sur le Causse Méjean en France, sur la région de Tokaj en Hongrie, et d'autres lieux au Brésil, en Espagne ou au Maghreb reflètent cette posture.

Parmi les catégories d'espaces ruraux, l'espace périurbain, qui se développait physiquement en France, à l'orée des années 1970, a été particulièrement analysé, avec un renouveau de ces études depuis les années 2000.

D'autres angles apparaissent dans les années 1980 : les relations nature/sociétés (M. Jollivet, N. Mathieu, J.P. Billaud), les paysages, domaine développé par Yves Luginbuhl. Dans les années 1990 : les espaces « protégés », le « durable », avec y compris des propositions conceptuelles qui n'ont pas été suivies, telle celle « d'anthropoclimax » formulée par Alain Bué.

**L'agriculture *stricto-sensu*** est étudiée jusqu'au milieu des années 1970, puis reprise après un creux. Le Brésil, l'Europe orientale, la Méditerranée dont le Maghreb et l'Espagne, la France, en sont les terrains principaux. L'importance numérique de textes sur certaines productions agricoles a dans ce domaine plus à voir avec les spécialisations de chercheurs individuels qu'avec l'importance alimentaire ou commerciale des cultures concernées.

---

<sup>2</sup> Cf. [Les recherches rurales et agro-alimentaires dans l'histoire du LADYSS\(1968-2012\)](#). Le classement est critique, car il est toujours difficile de placer des éléments dans une « case », à partir de données de rapports d'activités qui sont classées par nature de publication, ce qui fait de tout classement thématique un travail à la fois harassant et périlleux. L'objet est surtout de donner des pistes au lecteur. Cette recension bibliographique s'arrête en 2011-2012, date des données qui figurent sur le dossier du dernier contrat du LADYSS. Pour ce qui concerne les publications ultérieures, le lecteur peut se reporter au site web du laboratoire sur lequel elles sont référencées.

Parmi les **facteurs de la production agricole**, le travail est un peu ignoré actuellement. Le foncier, très important jusqu'en 1980, réapparaît, notamment à l'occasion des nouvelles recherches sur le périurbain. L'eau reste un sujet important sur toute la période, notamment au sein des recherches en zones méditerranéennes.

Les gisements potentiels de valeur : espaces protégés au sens large, terroir, qualité, proximité, apparaissent surtout dans les recherches avec la PAC 1992 qui développe les AOP et l'agriculture biologique parallèlement au commerce mondial des produits de base, comme compensation locale pour les petits producteurs.

A l'interface entre **agriculture et alimentation**, il faut signaler les travaux pionniers du GRS et GRMSE sur la contractualisation de l'agriculture qui se développe fortement en France durant les années 1960. Ce laboratoire l'étudie également au Brésil, avec, en 1980, un ouvrage sur « Les transnationales et l'agriculture en Amérique latine ».

Au-delà, les **produits alimentaires**, à travers les stratégies des IAA, ont surtout été la préoccupation de personnes qui ont rejoint des universités hors périmètre du LADYSS (J. P. Peyon, C. Delfosse...et plus récemment M. Streith ou C. Darrot). L'alimentation *stricto sensu* est encore un domaine marginal. L'arrivée au LADYSS d'économistes et de nouveaux chercheurs renforce la place de la pensée économique en général, et celle de l'environnement économique en matière d'alimentation et de distribution des aliments, tandis que quelques travaux concernent des consommations alimentaires finales, plutôt, eux, en lien avec la question des terroirs et de la consommation de produits locaux.

## **B. La veille documentaire.**

La mémoire bibliographique en fait partie.

Pour ce qui concerne l'**agro-alimentaire** *stricto sensu*, et l'alimentation, s'il y a finalement eu moins de recherches que sur les questions du rural et de l'agricole, c'est sans doute en raison des difficultés d'information en la matière, au-delà de monographies locales. Il n'existe pas de recensements publics accessibles, diffusés à niveaux territoriaux fins (souvent pour des raisons de « secret statistique »), contrairement aux recensements agricoles. La plupart des informations qui importent pour comprendre figurent dans des études de bureaux spécialisés destinées aux entreprises, études dont les coûts sont tels qu'aucun chercheur ne peut se les procurer, surtout s'il ne travaille pas sur un seul secteur d'activité. Les rapports publics des entreprises cotées en bourse peuvent aider, ainsi que leurs sites internet, mais il en faut de nombreux pour simplement pouvoir établir leurs stratégies de produits, et territoriales, successives. Ils excluent pour partie les accidents de parcours, tout comme des éléments déterminants de leurs relations autres que stratégiques aux fournisseurs, au commerce, aux consommateurs. Pour ce qui concerne l'agro-alimentaire local, celui des petites entreprises et la consommation alimentaire, pour comprendre ce qui se passe selon les lieux, la solution est un suivi permanent des communiqués de presse en les saisissant en bases de données. C'est ce que j'ai adopté, ce qui permet selon tel ou tel domaine ou produit, de faire un point à partir de cette base qui comprend ce qui est connu des entreprises, de l'historique daté des décisions (fermetures d'établissements, licenciements, abandons de produits, innovations), des lieux et contextes socio-politico-économiques de ces décisions. La veille permet parfois de satisfaire pour partie l'ambition cartographique du géographe.

Le laboratoire MOISA de Montpellier dont parlera Selma Tozanli a fait le choix d'une base de données sur les multinationales agro-alimentaires, plus faciles à cerner en raison des rapports publics des groupes cotés en bourse, excepté pour les multinationales de droit privé qui n'ont pas l'obligation

de fournir d'informations sur leurs activités. C'est néanmoins un travail peu valorisant à court terme, de sorte que peu de chercheurs souhaitent s'y consacrer.

En effet, la **transmission et la maintenance** de ces bases, construites il y a plusieurs décennies par des laboratoires ou des individus confiants en l'informatique et en ses possibilités, et en la relève de la recherche sur ces bases, ne sont pas assurées pour la plupart. Je donnerai en exemple l'Observatoire de la dynamique des localisations (ODL) créé au milieu des années 1980 par le GIP RECLUS à Montpellier, qui n'a existé que jusque vers 1994-95, date de la dissolution du GIP. Le principe de base en était la localisation des activités et de leurs évolutions, principalement mais pas seulement par sources de presse. J'y avais collaboré sur le thème des IAA. Mais tout ce qui a été mémorisé informatiquement semble avoir disparu. Il ne m'en reste, pour ma part, que quelques sorties « papier » dans le domaine que j'avais contribué à informer !

Le CNRS a également voulu faire un effort avec les « Archives en Sciences Sociales ». Mais ce ne fonctionne pas non plus de manière utile aux chercheurs. Le site ne comporte aucune liste de donateurs potentiels, pourtant déclarés à la suite des appels au moment de la création. Il n'existe qu'une liste des seuls donateurs jugés *a priori* importants en raison de leur notoriété scientifique, tel Marcel Jollivet pour le LADYSS. Aucune recherche thématique n'est possible, et je ne sais si le CNRS continue à mettre des moyens sur ce projet.

Toute veille devrait être financée, et gérée, y compris pour des traductions, car nul chercheur isolé ne peut suivre un domaine international en termes comparatifs en plus de 2 ou 3 langues.

- **Présentation de Selma Tozanli.** Sciences de gestion et socio-économiste. [tozanli@iamm.fr](mailto:tozanli@iamm.fr)

Sociologue de formation initiale par des études en Turquie, je suis venue en France pour compléter ma formation. Ce fut d'abord en Sciences économiques à Paris, puis à l'IAM (Institut agronomique méditerranéen) à Montpellier. C'est là que j'ai connu l'économie agro-alimentaire avec Louis Malassis, qui fut pionnier dans l'introduction des études de filières en France, et dans le développement de tout le pan de l'économie agro-alimentaire. J'ai également été formée là par Robert Badouin, qui publia l'un des premiers manuels d'économie rurale. Mais on en restait alors à la macro-économie, fondée sur des comptabilités nationales, et à la sécurité alimentaire vue sous les angles de l'autosuffisance et des famines, au niveau des pays.

Arriver à la localité, aux territoires et aux terroirs a été possible à Montpellier à la fin des années 1990, grâce peut-être à la globalisation/mondialisation qui a fait jaillir toutes ces idées liées au local. Il y a eu alors un rapprochement important entre les disciplines, dont entre économistes et géographes.

A l'IAM, j'ai également été amenée à travailler de longues années à la base de données AGRODATA qui a été créée dans les années 1970 par Jean-Louis Rastoin, qui faisait sa thèse sur les multinationales. Ceci m'a amenée à aborder avec le professeur Roland Pérez les Sciences de gestion.

Je suis donc pluridisciplinaire de formation. Mon métier d'enseignant-chercheur à l'IAM me fait obligation de travailler sur la Méditerranée tout en comparant avec d'autres régions du monde, sur l'agriculture et l'agro-alimentaire. Ceci aide à relier Nord et Sud, pays en développement et économies développées ou industrielles, et à lier les différentes disciplines au prisme de l'agriculture et de l'alimentation. La bifurcation vers les produits de terroir, les territoires, l'ancrage territorial et la mise en question de cet ancrage territorial par les flux migratoires s'est effectuée avec des collègues économistes qui travaillent en géographie. Nous sommes partis du principe que l'homme est mobile, et qu'avec sa mobilité, il apporte aussi une partie de son ancrage dans d'autres territoires, et avec lui des modifications des produits alimentaires et des savoir-faire alimentaires. La question de l'articulation entre sociétés d'accueil des migrants et savoir-faire d'origine ma ramène également à la sociologie. En

ce moment, j'essaie de relier la question des stratégies et structures des firmes multinationales avec les productions territorialisées et les flux migratoires dans leur globalité.

Pour ce qui concerne la veille documentaire et les bases de données, je voudrais souligner leur importance. Les jeunes chercheurs qui arrivent à l'UMR MOISA ou à l'IAM ne veulent plus créer leurs propres bases de données, ni contribuer la base de données sur les multinationales, qui existe. Ils veulent utiliser les BD comme AMADEUS<sup>3</sup>, ou d'autres, AMADEUS étant la plus populaire en ce moment, en s'épargnant cette manière « d'aller au charbon » qui donne pourtant des indications très importantes sur les localisations et les stratégies des firmes. En recherchant une par une les filiales, on comprend la mobilité des firmes, leurs comportements sur les espaces locaux comme leurs comportements globaux. Il est dommage que les jeunes chercheurs recherchent cette facilité des bases toute faites, gratuites ou très chères, que certains labos achètent tout de même. J'encourage les chercheurs à ne pas totalement se fier à des tris sur ces bases déjà construites par des professionnels, qui portent peu d'intérêt à l'esprit même des comportements d'entreprises.

- **Présentation de Vincent Moriniaux**, [Vincent.Moriniaux@paris-sorbonne.fr](mailto:Vincent.Moriniaux@paris-sorbonne.fr), géographe.

Jusqu'à il y a peu dans l'équipe de direction du laboratoire Espace, Nature et Culture (ENEC), je suis heureux de participer à une initiative de vie collective d'un autre laboratoire.

Mon entrée dans la recherche est historiquement la nature et la culture. J'ai fait une thèse avec Jean-Robert Pitte sur les résineux en France. Certes, ce ne se mange pas. Mais je suis allé voir ce qui se faisait avec la résine, notamment les bonbons (La Vosgienne), ou le résiné, bien que mon entrée principale soit le paysage.

Je suis arrivé progressivement à l'alimentation, sous l'influence de Pitte pour lequel c'était important, et par goût personnel. Par le sucre et le sucré d'abord, puis par les relations entre alimentation et religions.

Le **sucre** était en lien avec le paysage, par les résineux, puis par l'érable dont les plantations au Québec ont beaucoup de similitudes avec celles des résineux, mais avec des relations contrastées au public. Les résineux sont détestés par les périurbains pour des raisons paysagères (la monotonie entre autres). A l'inverse, les plantations d'érable sont particulièrement valorisées au Québec : c'est l'arbre national, l'arbre nourricier, même si l'on ne peut dire qu'au XXI<sup>e</sup> siècle il soit particulièrement nourricier, contrairement au XVIII<sup>e</sup> siècle où il était la base majeure du sucre en Amérique du nord.

Je n'avais pas envie de l'étudier sous l'angle des firmes, mais sous celui des consommateurs. En 2004, j'avais montré que le marché du sucre d'érable était mal parti au Québec<sup>4</sup>, parce que, sous la pression des Etats-Unis qui souhaiteraient que le sirop d'érable ait le même statut que le sirop de maïs, la filière acéricole québécoise a rationalisé à outrance la production et la commercialisation d'un produit standardisé facilement utilisable par l'industrie. Ainsi, les consommateurs québécois, premiers consommateurs au monde de leur sirop, n'y connaissaient plus grand'chose ; le lien au terroir était complètement rompu, même si un mouvement de reconnaissance de la typicité de crus régionaux se profile, en lien avec la tendance générale dans la province à revaloriser tous les produits d'origine. .

J'ai naturellement alors abordé les édulcorants sucrés. Conformément à ce qui a été dit par S. Tozanli sur la veille documentaire, je confirme qu'il est très difficile de cerner la question à travers ce

---

<sup>3</sup> AMADEUS : Analyse MAJor Database from EUropean Sources – [www.bibeco.ulb.ac.be](http://www.bibeco.ulb.ac.be)

<sup>4</sup> V. MORINIAUX, « Un sirop au goût amer : le sirop d'érable québécois, produit industriel standardisé ou produit du terroir ? », BAGF, 84-2007, p. 81-96

qu'en disent les multinationales. Sur le web, il n'existe pratiquement rien sur les quantités et lieux de production des édulcorants, dont les Chinois sont aujourd'hui les premiers producteurs. Dans la mesure où, comme géographe, je suis intéressé par la cartographie des phénomènes, j'ai constaté qu'il était pratiquement impossible de faire des cartes de production des édulcorants dans le monde. Je me suis dernièrement « cassé les dents » sur les productions de stevia, qui sont particulièrement secrètes<sup>5</sup>.

Ma seconde entrée est celle des rapports entre **religions et alimentation**, question sur laquelle je prépare une HDR. Je m'intéresse à ce que j'appelle de nouvelles religions, dont le bio qui serait d'une certaine manière influencé par des pratiques d'origine religieuse. Ne serait-ce pas une manière de faire revivre, notamment ce qui a disparu dans la sphère chrétienne, mais demeure vivace dans les religions juive et musulmane ? Au sein des religions du Livre, je fais l'hypothèse que dans les Christianismes, les interdits n'auraient qu'en apparence disparu, mais renaîtraient sous d'autres formes.

Enfin, **la restauration** m'a intéressé, pour la préparation du colloque sur les restaurants (2009) qui commémorait les 20 ans du premier colloque organisé par Jean-Robert Pitte en 1989 sur le restaurant<sup>6</sup>. J'ai étudié les relations entre restaurant et agriculture, restauration touristique et vie agricole dans les fermes-auberges. Le concept de ferme-auberge est né dans les Vosges au XIX<sup>e</sup> siècle et a été ensuite diffusé, notamment par l'action des chambres d'agriculture. Mais ce modèle est aujourd'hui en déclin car, s'il est parfaitement en phase avec la tendance actuelle de tourisme vert et de respect des patrimoines, environnemental et culinaire, il ne correspond plus du tout aux réalités des exploitations agricoles contemporaines (moins de polyculture, moindre fréquence du travail des deux membres du couple sur l'exploitation). Les normes sanitaires imposées rendent souvent inconciliables l'activité agricole, la restauration et l'accueil du touriste. Enfin, pour avoir le label ferme-auberge, l'agriculteur ne devrait servir que des produits de sa ferme or la demande des touristes est telle que c'est impossible : soit l'agriculteur est contraint de fermer l'aubergiste, soit l'aubergiste ne peut plus être agriculteur. Aujourd'hui, une grande partie des produits servis ne sont pas produits sur place. Par exemple, les plats les plus demandés dans les fermes auberges vosgiennes sont à base de porc. Or, il est impossible de produire toute l'année des porcs aux altitudes (1000 m) de ces fermes. Les porcs étaient historiquement élevés dans les vallées et les randonneurs du XIX<sup>e</sup> siècle ne trouvaient dans les fermes-auberges que du fromage et des myrtilles. J'ai pu calculer que la demande de tartes aux myrtilles est telle que la production de myrtilles de la totalité du massif vosgien ne suffirait pas à la consommation d'une seule ferme auberge ! Les myrtilles viennent donc congelées d'Europe de l'est.

La **relation entre alimentation et culture alimentaire** est l'objet d'un récent master professionnel de Paris IV, dont les travaux d'étudiants que j'ai encadrés portent sur les produits de terroir, les circuits courts, les cueillettes à la ferme, la restauration collective à base de produits locaux.

En conclusion, tous mes travaux s'inscrivent dans la pensée de Roger Dion, qui réfléchit à la place du consommateur dans le système agro-alimentaire. Souvent, c'est la mode, et donc le consommateur, qui crée le produit.

- **Discussion**

---

<sup>5</sup> V. MORINIAUX, « Les édulcorants : une autre histoire du sucré, une nouvelle étape dans l'histoire du sucre ? » in *Le sucre, entre tentations et réglementations*, Ludovic Laloux (dir.), ANMT-CRESAT, 2014, p. 133-160

<sup>6</sup> V. MORINIAUX, « Les fermes-auberges, le difficile pari de sauver l'agriculture par la restauration », Colloque international Les établissements de restauration dans le monde, Université Paris-Sorbonne 12-13 octobre 2009, ENeC, in *Les établissements de restauration dans le monde*, L'Harmattan, octobre 2012.

P. Gouiez, A. Brochot : Soit le consommateur fait le produit, et je suis en désaccord, soit le consommateur n'est pas celui que l'on croit. L'offre crée-t-elle la demande ou l'inverse ?

V. Moriniaux : Dans le domaine alimentaire, à la suite des travaux sur le vin de Roger Dion, lequel fait sienne la remarque d'Olivier de Serres « Si n'êtes en lieu de vendre votre vin, que ferez-vous d'un grand vignoble ? », je prétends, que c'est plus souvent la demande qui crée l'offre que l'inverse." Dans le domaine alimentaire, je prétends, à la suite des travaux sur le vin de Roger Dion<sup>7</sup>, que c'est plus souvent la demande qui crée l'offre que l'inverse. Faisant sienne la remarque d'Olivier de Serres « Si n'êtes en lieu de vendre votre vin, que ferez-vous d'un grand vignoble ? »

Pour ce qui concerne le halal en France, dans un pays de culture d'origine non musulmane, ce ne vient effectivement pas à l'origine de la demande. Les premières vagues de migrations de musulmans n'étaient pas demandeuses de halal. Les boucheries halal étaient exceptionnelles. Dans le Coran, la viande des autres religions du Livre est déclarée licite, donc un musulman peut manger, les viandes casher et la viande des boucheries chrétiennes, excepté le porc bien sûr. Ce sont les firmes et agriculteurs bretons qui, pour développer leurs débouchés, notamment pour les volailles, ont créé toute une filière halal, sur des bases économiques et non pas culturelles, ce qui sera développé ensuite amenant à des aberrations telles que l'eau « halal » (commercialisée par Danone en Malaisie).

S. Tozanli : L'alimentation halal existait en France avant que les firmes ne s'en emparent, mais de manière très informelle. Mis à part le fait que certains égorgeaient à l'occasion leur mouton dans la baignoire, des familles se réunissaient pour acheter un bovin ou un mouton pour un abattage informel, par exemple dans les Cévennes, avec redistribution de la viande. L'aberration actuelle va jusqu'à rechercher la nature des matières grasses dans le pain, ou, justement, l'eau halal, qui n'est pas prescrite par la religion mais cependant visée au profit des industries, par une des autorités religieuses, concurrentes en ce domaine commercial de certification halal.

V. Moriniaux : C'est la globalisation qui a conduit à ces extrêmes du halal, qui ne concernait que l'abattage. L'abattage informel en France résultait de l'obligation qu'ont les musulmans, pour l'Aïd, que le père de famille voie la bête et la sacrifie, ce qui ne permet aucune industrialisation. C'est la globalisation qui a exigé l'organisation d'une filière halal, sur le modèle de la filière casher, alors qu'au-delà des apparences, les interdits alimentaires juifs et musulmans sont très différents.

S. Tozanli : Le père de famille ne tue plus, mais donne sa bénédiction aux bouchers qui le font à sa place. Mais la famille doit effectivement voir mourir l'animal.

F. Plet : Ce qui renvoie à la question des règlements sanitaires et des motifs politico-industriels de leur mise en oeuvre. Car la tuerie familiale du cochon pour les provisions d'hiver est devenue également interdite, donc clandestine, en France, depuis au moins les années 1970.

## II. Session 1 . Quelques environnements de l'agriculture.

- **Système social traditionnel et marché moderne chez les exploitants philippins à Bohol.**<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Roger DION, *Histoire de la vigne et du vin en France : des origines au XIXe siècle*, Paris, Clavreuil, 1959, 770 p. (réédition, Paris, Flammarion, 1991 - réédition, Paris, CNRS, 2010).

<sup>8</sup> Références : MIURA Atsushi, (2006) « Le caractère social et culturel des coopératives agricoles au Japon, comparé avec des cas en France et aux Philippines », in M. Humbert & A. Caillé (dirs.) *La démocratie au péril de l'économie*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes, p. 317-325 ; MIURA Atsushi, (2010) « Poverty and Phenomenology of Rights in Southeast Asia: Justice and Development in the Philippines », Asian Rural Sociology Association (ed.) *Asian Rural Sociology IV: the Multidimensionality of Economy, Energy and Environmental Crises and their Implications for Rural Livelihoods, vol.1*, Laguna: College of Agriculture University of the Philippines Los Baños, p. 154-164 ; MIURA Atsushi, (2013) "Sociability and Associations in Rural French Jura: Justice, Property Rights, and Moral Economy", Akiko Mori (ed.) *The Anthropology of*

MIURA Atsushi (Université de Saitama, Japon, chercheur en visite au LADYSS)  
[troisbaies@yahoo.co.jp](mailto:troisbaies@yahoo.co.jp)  
Communication en vidéoprojection.

Aux Philippines, comme dans d'autres pays en développement, le gouvernement cherche la modernisation de l'agriculture à travers les coopératives dont la première tentative remonte à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle. Durant le 20<sup>ème</sup> siècle, les gouvernements successifs développèrent différentes politiques coopératives pour moderniser le monde rural et développer l'économie rurale. Les gouvernements ont cherché à implanter surtout des coopératives de crédit, afin d'éviter la pénétration du communisme tout en transformant les paysans en consommateurs du marché global.

Pourtant le bilan de la politique coopérative a été toujours négatif, et la plupart de coopératives ont fini par tomber en faillite, en raison des membres qui ne remboursent pas les prêts. Une observation de près révèle que les exploitants refusent le système moderne de crédit que le gouvernement recommande par le biais de la politique coopérative, parce que ce système amplifie les risques que leur rapportent les fluctuations climatiques et économiques. Le gouvernement ainsi que les spécialistes reprochent l'attitude délinquante des paysans. Mais ceux-ci voient le système différemment, parce que les fonds de la plupart des coopératives sont constitués de prêts gouvernementaux (ministères et banques nationales) ; les paysans voient le crédit coopératif comme une assistance généreuse du gouvernement.

La perspective paysanne est d'autant plus pertinente que le système social pré-colonial se fondait sur l'assistance mutuelle clientéliste entre les paysans et les élites politiques. Selon ce système qui s'observait parmi les sociétés insulaires sud-est asiatiques, les élites soutenaient la vie paysanne en contrepartie de l'assistance politique des paysans. Ce système contribue à minimiser les risques que les paysans envisagent et garantit leur survie. Par conséquent, malgré l'apparence moderne des coopératives, les paysans prennent les coopératives pour l'institution traditionnelle qui stabilise leur vie courante.

Pourtant, les paysans d'aujourd'hui ne vivent plus dans un monde traditionnel, mais dans un monde du marché globalisant. A cet environnement économique, le système de crédit ne s'adapte pas. Par contre, le système social traditionnel s'y adapte bien, ce qui montre leur flexibilité. Pourtant son fonctionnement est à prix de corruption. Dans cette perspective, la corruption peut se comprendre comme une action pour sécuriser la vie courante, bien qu'elle soit considérée comme criminelle.

### **Discussion:**

**Q :** Quel est le nombre de ces coopératives et leur origine ?

**A. Miura :** Dans la province de Visayas Central, composée de quatre régions dont celle de Bohol, il y a 500 à 600 coopératives. Elles datent du début du XX<sup>e</sup> siècle. Elles ont été fondées par le gouvernement américain comme système de crédit imité du système Raiffeisen, afin de moderniser l'économie rurale. Mais en un siècle, cette politique coopérative n'a jamais réussi. Les coopératives restent indépendantes, sans centralisation en dépit de quelques efforts du gouvernement pour cela.

**Q :** Mais les paysans pauvres sont sans terres... Et n'y a-t-il pas eu de latifundia sous le régime espagnol ? Quelles sont les garanties demandées aux paysans pour leurs emprunts ?

**A. Miura :** A l'origine, il n'y a pas de notion de propriété. Depuis, le gouvernement a établi un tel système, mais se comporte comme s'il n'y avait pas de propriété. Légalement, les petits paysans sont métayers (de l'état ?). La surface des terres latifundiaire était peu importante, et n'a guère pesé. Depuis

---

*Europe as Seen from Japan: Considering Contemporary Forms and Meanings of the Social (Senri Ethnological Studies no. 81), p. 67-96.*



1989, le gouvernement a essayé d'avancer la réforme agraire. C'est dans ce cadre que le gouvernement donne de l'argent aux coopératives. Le paysan n'a pas de garanties à apporter, ce qui serait compliqué car il n'a ni terres, ni biens.

**Q :** Je suis surpris du lien établi entre gouvernement et coopératives. N'y a-t-il pas différents types de coopératives dans la mesure où intuitivement, il a plus de liens entre coopératives et paysans qu'entre gouvernement et paysans ? Qui gère les coopératives ?

**A. Miura :** La société philippine est très contrastée entre riches et pauvres. Les riches sont encore considérés politiquement comme les chefs. Donc les paysans pensent que ce sont eux, les chefs, qui leur donnent de l'argent. Les dirigeants des coopératives sont d'origine paysanne. Parmi eux, certains ont des ambitions politiques, et donc approchent les paysans par les coopératives. Si la coopérative marche, c'est parce que le chef se comporte un peu comme un petit commerçant qui fait crédit. La coopérative est une petite banque. Les paysans demandent des prêts car ils ont des besoins d'argent que leur refusent les banques et les prêteurs privés. Pour des besoins d'investissement, tel un tracteur ou l'amélioration de l'exploitation, la famille est mise à contribution. Mais la famille ne peut donner d'argent en cas d'urgence, comme une maladie, et dans ce cas, les gens demandent aux coopératives.

**Q :** Quel est le rôle des institutions financière internationale ?

**A. Miura :** La Banque mondiale soutient le gouvernement. La Land Bank of the Philippines, dont l'un des rôles est de prêter aux coopératives, est approvisionnée en crédits par la Banque mondiale. Certains leaders locaux bénéficient d'un soutien international direct, mais il s'agit d'initiatives personnelles.

**B. Semmoud :** Le système et le comportement décrits ne sont pas, je pense, spécifiques des sociétés philippines. On les retrouve actuellement dans les pays à rente pétrolière qui reproduisent ce qui se passait dans les sociétés coloniales, voire précoloniales. Comme sociétés de crédit seulement, l'objectif de ces coopératives n'a-t-il pas été de maintenir la société paysanne ? Est-ce que le système ne contribue pas à la création de koulaks comme dans les pays pétroliers ? A créer des ascensions sociales ? Ce ressemble aux Sociétés de crédit et de prévoyance qui avaient été créées dans le Maghreb pour soutenir ces paysans qui allaient disparaître et éviter leur émigration. Vous avez parlé d'émigration dans les pays du Golfe. J'imagine que c'est une émigration qui fait partie de stratégies familiales paysannes. L'originalité est que ce n'est pas inséré dans un grand système de commercialisation et d'entreprises : on prélève, mais on n'intègre pas.

- **Propriété intellectuelle de la création variétale et restructurations productives : l'exemple des roses.**<sup>9</sup>

VEITH Blandine, Sociologue, IR1, Ladyss, [bveith@u-paris10.fr](mailto:bveith@u-paris10.fr)

Les usages ornementaux des roses pour jardins et bouquets ont supplanté au XIX<sup>e</sup> siècle les utilisations par les confiseurs, les parfumeurs et surtout par les apothicaires. Aujourd'hui les roses sont créées et cultivées pour répondre essentiellement à des besoins secondaires. Parce que cette production est moins lestée d'enjeux éthiques que celle des semenciers, des créateurs de nouvelles roses ou de pommes, ont ouvert la voie de la propriété intellectuelle de la création variétale en obtenant une protection juridique pour des plantes allogames clones. La spécificité botanique de ces cultivars leur a permis de distinguer la phase d'obtention (la création d'une nouvelle variété par hybridation puis par sélection des graines semées qui sont, chacune, différentes), de la phase de multiplication à l'identique

---

<sup>9</sup> Références : Veith, Blandine (2007) « Les restructurations productives chez de grands rosiéristes français », 11<sup>e</sup> Journées Internationales de Sociologie du Travail. *Restructurations productives, précarisation, valeurs*, Londres, 20-22 juin 2007. Disponible sur HAL SHS : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01080237/document>

par clonage, i.e. par greffage ou bouturage, de « l'individu » rose choisi. La phase d'obtention qui permet la création d'une variété unique et différente de ce qui existe déjà sur le marché (critère de la distinction), est assimilable à un nouveau produit industriel alors que la phase de sa multiplication à l'identique par clonage (critère de la stabilité et de l'homogénéité) est assimilable à une production industrielle.

Cet argument juridique a amené des rosiéristes très investis dans la défense de cette cause à envisager, dès les années cinquante, une organisation productive qui préfigure le post-fordisme. Ils se sont recentrés sur la création variétale, le contrôle juridique de la perception des royalties et le marketing ; ils ont délégué à de multiples partenaires la production des variétés protégées et ils ont recherché les régions de production les plus propices notamment du point de vue des conditions agronomiques, climatiques et salariales : les zones équatoriales d'altitude pour la rose coupée. Le nombre de plantes produites, leur qualité qui engage la réputation de l'obteneur, sont alors encadrés par des contrats de licences, selon le principe de l'autonomie contrôlée (Appay).

Pourquoi parler de roses dans une journée consacrée à l'agro-alimentaire ? A la demande de Françoise Plet, je vais montrer le rôle précurseur du monde social de la rose dans la marchandisation du végétal, notamment sous l'angle de l'appropriation privative de la création variétale et de sa rémunération par la perception de royalties, il a joué aussi un rôle actif dans la patrimonialisation du végétal.

Les chaînes de coopération qui constituent le monde social des roses, au sens d'Howard Becker<sup>10</sup>, sont des outils pour analyser les interactions de l'obteneur jusqu'à l'utilisateur (j'attends beaucoup de ce qui sera dit par Pascal Grouiez sur la notion de filière). Ce monde qui se met en place avec l'émergence de la profession de rosiériste au XIX<sup>e</sup> siècle, en Europe surtout et notamment en France, s'est complexifié avec les concours, les brevets, les associations, l'édition, le marketing entre autres. Au XX<sup>e</sup> siècle, on voit se séparer le monde de la rose coupée de celui de la rose de jardin même si ces deux mondes conservent des acteurs des liens, des conventions et des procédures communs. Ils sont de plus « labourés » par les mêmes logiques sociales de marchandisation et de patrimonialisation. C'est pourquoi je les analyse conjointement. On peut dater et situer l'émergence de ces *logiques sociales* dans des contextes précis mais on peut aussi les construire en tant *qu'idéaux-types du rapport au végétal*.

La *marchandisation* se manifeste par une production intensive, artificialisée, dénaturée, requérant une haute technologie et de nombreux intrants, une diffusion massive grâce au marketing d'une gamme limitée de variétés très performantes productives, résistantes aux maladies, standardisées, encadrées par des critères agronomiques et esthétiques précis), protégées par une propriété intellectuelle et au goût du jour.

La *patrimonialisation* est la revendication d'une variété de formes, de couleurs, de parfums, et remet en cause la standardisation des variétés. S'y ajoute une volonté de conservation de toutes les variétés historiques, et la prise en compte de l'impact environnemental de la production.

Si l'on compare les mondes des roses et des semences en France<sup>11</sup>, les positions des acteurs semblent plus diversifiées et nuancées dans le monde de la rose, y compris chez les plus engagés dans la défense de la propriété intellectuelle de l'obtention variétale. Ils ont certes été alliés aux semenciers à certains moments mais ils ont ensuite pris leurs distances sur la question du brevetage des gènes. Il y a donc des pistes à creuser, ce que je n'ai pas abordées car le domaine des semences est complexe. Par

---

<sup>10</sup> Becker (Howard), 1988, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion.

<sup>11</sup> Bonneuil (Christophe), Thomas (Frédéric), 2009, *Gènes, pouvoirs et profits – Recherche publique et régimes de production des savoirs de Mendel aux OGM*. Ed Quae.

rapport aux semences, ce monde a un poids économique moins important même si la rose coupée reste la fleur la plus vendue au monde et si le rosier de jardin est la plante que les français continuent à planter le plus.

Le monde de la rose a été pourtant précurseur. Le comprendre suppose d'interroger son histoire. Comme pour les autres plantes, l'intense circulation des espèces, variétés et cultivars depuis plus d'un millénaire, via les guerres, la colonisation, les missions d'évangélisation et d'exploration en Chine et au Japon... ont été un facteur d'amélioration variétale. Cependant, dès son origine, la profession qui diffuse ses catalogues à l'étranger (Ferrand<sup>12</sup>), est insérée dans des réseaux internationaux d'interconnaissance, d'amitié et de concurrence, que renforcent les concours internationaux mis en place dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle : rituels de socialisation et instance de légitimation des nouveaux obtenteurs. Si après la première guerre mondiale la polarité se déplace vers l'Amérique, les rosiéristes français se sont inspirés de ses modèles productifs, de commercialisation et de brevetage des plantes. La diffusion des roses, et notamment celle des roses coupées a suivi l'évolution des moyens de transport. A la différence des agriculteurs, les rosiéristes sont très mobiles. D'abord installés au plus près de la clientèle, au cœur des grandes villes (le jardin du Luxembourg à Paris), ils se sont déplacés vers la couronne rurale avec le chemin de fer (tel le train des roses, de Grisy-Suisnes à Paris), vers la Côte d'Azur puis le pourtour de la Méditerranée, enfin vers les zones équatoriales d'altitude d'Afrique de l'est, qui offrent des conditions optimales pour la production de roses de contre-saison.

La rosiculture diffère de l'agriculture par la place du foncier. Il compte moins que d'autres patrimoines, serres, chambres froides, collections qui servent à la création variétale, fichiers généalogiques des hybridations, soit tous les savoirs accumulés par des dynasties pour la plupart familiales qui peuvent aller jusqu'à 8 générations. Les alliances matrimoniales peuvent renforcer des alliances et les formes de transmission du capital, qui sont parfois électives en privilégiant la compétence d'un apprenti, s'apparentent plus à celles de l'artisanat et du commerce. S'y ajoute aussi un renouvellement par les amateurs. Le foncier, s'il compte moins, forme des réserves foncières qui permettent de surmonter des difficultés économiques. Il est aussi une garantie pour la retraite, en raison de la haute valeur du foncier dans les zones où les rosiéristes se sont successivement installés à des époques où le foncier y était bon marché.

Toutes ces raisons expliquent pourquoi des rosiéristes ont pu être des précurseurs, notamment en ce qui concerne le brevetage des plantes. C'est aussi parce que les enjeux de la rose, des arbres fruitiers et de la vigne sont éthiquement moins chargés sous l'angle de l'alimentation qu'il leur a été possible d'obtenir une protection pour des types de plantes botaniquement spécifiques, les allogames-clones, qui peuvent se reproduire facilement à l'identique par bouturage, marcottage, greffage... C'est cette spécificité qui a permis la première loi sur les plantes en 1930 aux USA. La pomme de terre et le topinambour, également allogames-clones, en ont été exclus, justement en raison des enjeux alimentaires de ces plantes. On pourrait dire que c'est une loi qui protège le superflu, mais qui a créé un précédent. Les semenciers alliés à la démarche ont été déçus. Le promoteur de la loi, Stark<sup>13</sup> leur a dit que ça viendrait, ce qui est intervenu en 1970 aux USA. Le Plant Patent Act de 1930 a influencé des rosiéristes français dont les obtentions ont été brevetées aux Etats Unis, un brevet industriel a même été obtenu en 1951 en France pour une rose. Ce n'est pas le procédé de sélection (hybridation manuelle, semis des graines, sélection des croisements intéressants) qui est breveté, mais le produit mis sur le marché.

---

<sup>12</sup> Ferrand (Nathalie). Thèse d'histoire sur les rosiéristes lyonnais à paraître en 2015 aux PUG

<sup>13</sup> Alors le plus gros entrepreneur horticole aux USA, il a acheté les pommes starking et golden, mutation génétique spontanée et semis de hasard, découvertes dans des vergers ainsi que les obtentions du célèbre Burbank, qu'il a introduites sur le marché.

Aux USA les semenciers, pénalisés par le fait que, durant la Conquête de l'Ouest, les semences étaient distribuées gratuitement aux colons, avaient un retard à rattraper pour répondre à une demande croissante (Fowler)<sup>14</sup>. De plus, l'arrivée du maïs hybride à partir des années 1920 garantissait la rémunération de l'obteneur, car ses caractéristiques d'instabilité des caractères et de réduction de la production au re-semis des grains produits exigeaient le rachat annuel des semences par les agriculteurs. Ce sont surtout d'importants horticulteurs qui ont défendu le Plant Patent Act de 1930. En France, après la seconde guerre mondiale, un rosieriste a obtenu un brevet à l'INPI, tandis que les semenciers ont demandé à l'INRA de développer le système des Certificats d'obtention végétale. Les relations entre les deux secteurs ont changé avec le brevetage des gènes en 1985. Les obtenteurs ont réussi à faire passer la notion de « variété essentiellement dérivée » selon laquelle l'ajout d'un gène ne suffit pas à s'approprier une variété, car le gène ajouté risque de capter la valeur ajoutée.

### Discussion

V. Moriniaux : Y a-t-il des parallèles géographiques entre le haricot vert du Kenya et la rose du Kenya ?

B. Veith : Je précise qu'il n'y a pas de roses botaniques kenyanes. Toutes les espèces sont originaires de l'hémisphère nord, du cercle polaire à l'Ethiopie. Le Kenya produit des cultivars obtenus ailleurs. La production de roses est actuellement plus importante que celle des haricots car ce rapporte plus, mais les roses se sont en effet implantées dans les zones de production des haricots verts.

A. Brochot : La phase d'expansion mondiale des productions peut être mise en parallèle avec ce qui s'est passé pour les producteurs de champagne. Y a-t-il volonté de territorialiser et de patrimonialiser la rose d'Antibes ?

B. Veith : Il y a beaucoup de proximités en effet. Mais la rose s'est démocratisée dès le XIX<sup>e</sup> siècle, après avoir été destinée aux aristocrates à la veille de la Révolution. Le champagne a un territoire local, ce qui n'est pas le cas des roses. Au Kenya la production était bas de gamme mais elle monte en qualité. La production de qualité se fait plutôt en Hollande, avec des formes de protectionnisme, et en Equateur pour le marché nord américain. Les obtenteurs hollandais qui se sont concentrés sur la fleur coupée depuis les années 1990, sont de grands commerçants et logisticiens. Ils conservent les plus belles variétés pour les producteurs hollandais, en difficulté à cause de la concurrence kenyane. Ce qui reste de production sur la Côte d'Azur survivra peut-être avec la demande des circuits courts, notamment avec des variétés françaises odorantes ; avec la demande aussi de la parfumerie, mais je n'ai pas creusé la question. Il n'y aura cependant pas de transmission du patrimoine foncier car les rosieristes vendent le foncier qui reste pour financer leur retraite. L'Allemand Kordes, qui est aujourd'hui l'obteneur européen le mieux placé dans la production de roses kenyanes, a aussi compris l'importance du local et des circuits courts en créant des roses coupées de plein champ et donc de saison.

S. Tozanli : Il y a eu des alliances entre champagne et roses dans certaines entreprises. Un autre parallèle est à chercher dans les politiques des grandes enseignes de la distribution, qui ont organisé des chaînes d'approvisionnement très importantes avec l'Afrique pour divers produits frais.

### • **Elevage 2.0. Etat des lieux de l'informatisation du métier d'éleveur.**<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Fowler, Cary (2000) "The Plant Patent Act of 1930: A Sociological History of its Creation". *Journal of the Patent and Trademark Office Society*, sept. 2000.

<sup>15</sup> Références : BONNAUD Laure, JOLY Nathalie, (2012) *L'alimentation sous contrôle, tracer, auditer, conseiller*. Editions Quae ; GARDIN Jean, (2011) « Vers un sauvage équipé ? Le cas d'ours balkaniques », in OBLOMOFF, *Le monde en pièces. Pour une critique de la gestion. 1. Quantifier, lieu ?* Editions la lenteur ; OBLOMOFF (2011) *Le monde en pièces. Pour une critique de la gestion. 1. Quantifier, lieu ?* Éditions la

Pour nombre de zootechniciens, « Les ateliers d'élevage intensifs de ruminants, comme beaucoup d'industries, deviendront des environnements pervasifs<sup>16</sup>, dans lesquels, les animaux équipés de puces électroniques et les équipements interagiront par des échanges de données, sans que l'homme n'intervienne. » (Rognant, Marlin, 2011). Cette tendance se concrétise notamment depuis l'application en 2010 d'une directive européenne rendant obligatoire le port d'une boucle d'oreille équipée d'une puce RFID par tous les ovins et caprins de l'Union Européenne. C'est donc dans les élevages les plus extensifs, non les plus intensifs, que l'internet des objets et du vivant s'établit comme une règle.

Pour comprendre les raisons de ce nouveau déploiement technologique, je mène des recherches bibliographiques sur la question de la traçabilité animale (Laure Bonnaud 2012, Bernadette Lizet 2011, Jocelyne Porcher 2011), des séries d'entretiens avec des éleveurs de Provence-Alpes- Côte d'Azur et de Midi Pyrénées, et compte compléter d'une série d'entretiens avec les institutions d'encadrement agricole (chambres d'agriculture, syndicats, ministère et Commission européenne).

Je compte, mener des enquêtes similaires auprès des éleveurs et du personnel d'encadrement agricole sur les frontières de la Bulgarie et de la Grèce. Cette recherche s'inscrira ainsi dans la dynamique collective de programmes attachés à comprendre le caractère pluriel des expériences de l'europanisation dans les Balkans.

Ces travaux ont fait l'objet d'une publication dans *Géographie et culture* (2014). Une seconde publication me permettra j'espère de mieux intégrer la question de l'informatisation de l'élevage dans une réflexion sur la filière amont (contrôle accru de la génétique animale) et la filière aval (contrôles informatiques accrus dans les abattoirs).

Jean Gardin conclut son intervention en indiquant que sont associés à ces puces des réseaux de bases de données centralisées au niveau européen, et au niveau des gestionnaires des normes ISO (internationales). Les performances des troupeaux quittent l'élevage pour la fabrication d'une valeur informationnelle stratégique et financière. S'y ajoute, dans le même sens, un projet de loi de sélection ovine par la voie mâle, visant à une reproduction exclusivement assurée par des béliers référencés, ce qui renverrait à une interdiction de la reproduction fermière. L'idée date de la crise de la vache folle et de la tremblante ovine avec la recherche des races sensibles. Localement dans le Pays basque, la manech tête rousse s'étant révélée sensible, on a pris la décision d'éliminer les béliers porteurs du gène de la tremblante.

Cette informatisation de la filière élevage est aussi une filière de déploiement de l'économie numérique. Pourtant, il y a eu peu de résistance syndicale. Les syndicats ont pris la traçabilité comme une question de survie des petites exploitations, tout comme les producteurs biologiques. Il y a donc problème à dire avec une partie de la base « la traçabilité nous dépossède de notre travail ».

## **Discussion**

E. Canobbio : C'est une question sensible en Diois et Vercors où existe une transhumance puissante. Les troupeaux ovins n'étant pas encore bien contrôlés, et les troupeaux en alpages étant de 5 ou 6 origines différentes, il existe un argument très fort en faveur du contrôle. C'est pourquoi dans les

---

lenteur ; PORCHER Jocelyne, (2010a) « Le stade ultime des productions animales : la production de viande in-vitro », *Revue politique et parlementaire. Europe : quelle PAC pour 2013*, n° 1057, p. 97-104 ; PORCHER Jocelyne (2010b), *Cochon d'or. L'industrie porcine en question*, Versailles, QUAE ; ROGNANT René, MARLIN Christine, (2011) «Elevage. Le bénéfice des Systèmes d'Information et des technologies numériques », *Chambres d'agriculture* n° 1003, p. 29-36.

<sup>16</sup> Se dit d'un environnement où les objets communicants se reconnaissent et se localisent automatiquement entre eux.

nouveaux contrats pastoraux qui sont passés lorsque des alpages sont libérés, il y a une demande afin que les troupeaux candidats soient pucés. On voit ici un autre besoin de traçabilité.

Le second point est la relation au métier. La Fédération départementale ovine de la Drôme a été un amplificateur des réactions négatives en remettant en question des injonctions exogènes, d'ordre technocratique, vues comme injonction brutale à transformer les pratiques.

Enfin, une partie des éleveurs ont une production informelle de viande pour l'Aïd (ici, l'élevage ovin est quasi exclusivement à viande), et échappent aux démarches de certification dans lesquelles s'engagent leurs collègues, ce qui crée des tensions.

Cette affaire de puce qui suit l'animal jusqu'à l'abattoir et au-delà est un révélateur de l'histoire et de la géographie d'un métier.

F. Plet souligne que la question de la traçabilité a été exacerbée par l'apparition et la diffusion de la FCO (fièvre catarrhale ovine) chez les ovins et bovins d'Europe à partir de 2006, devenue endémique en 2008. L'obligation de vaccination a cristallisé des résistances, plus nombreuses que les résistances précédentes au traitement préventif obligatoire de la brucellose, dont les auteurs avaient été traduits en justice. On observe également des refus de traitement du matériel végétal, notamment en vigne. Ces conflits portent non seulement sur la traçabilité, mais sur l'efficacité sanitaire des obligations faites par les pouvoirs publics.

L'homogénéisation obligatoire décrite par J. Gardin contredit pour partie d'autres injonctions ou pratiques territorialisées, telle, pour en revenir à la région élargie d'E. Canobbio, le fait que, jusqu'en 2005 et l'obtention d'un label rouge, il suffisait qu'un agneau soit abattu à Sisteron, premier abattoir ovin de France, pour porter la marque « agneau de Sisteron ». L'abattage de ces agneaux maintenant labellisés IGP, reste réservé à cet abattoir, même si la puce et la traçabilité pourraient permettre d'abattre ailleurs. De plus, la concentration des abattoirs depuis les années 1990 (normes européennes, faillites) rend très difficile l'abattage pour la vente directe, surtout dans les zones très rurales et montagneuses, tandis que les tueries domestiques ou bouchères sont interdites. Ce qui renvoie aux moutons « sans papiers » pour l'Aïd.

Enfin, les *big data* et leur commercialisation sont déjà à l'œuvre en agriculture : Monsanto vend aux agriculteurs des conseils en décision de production végétale, à partir des informations qui remontent vers ses bases de données depuis les producteurs utilisant les produits de la firme !

V. Moriniaux : Qui fabrique et vend ces puces, qui doivent être un marché « juteux » ?

A. Kartchevsky : Que se passe-t-il en terme de filières avec des races rares ou en disparition, qui n'ont pas de dimension nationale ? J'ai lu quelque chose sur la vache et le veau de race corse, race qui n'est guère sur le marché, excepté du luxe. N'est-ce qu'un exotisme local ?

J. Gardin : Les transhumants, le loup, l'Aïd sont autant de révélateurs des problèmes de l'organisation du travail sur les troupeaux. On dit que des troupeaux de 5 000 têtes d'ovins seraient une base pour la puce. Mais il faut lire ces puces et les mettre à jour. Comment faire sur une estive moyenne de 2800 têtes gardées par une seule personne ?

Les éleveurs qui abattent illégalement pour l'Aïd sont sans doute les plus respectueux de la réglementation : ils pucent tout le reste de leur troupeau !

Les transhumants sont au cœur des inquiétudes concernant les épizooties. Au Pays basque, il s'agit d'interdire la montée en estive des béliers non certifiés.

Pour ce qui concerne les races rares, la fierté basque serait que l'on ait sauvé la manech, mais en la sélectionnant de manière à ce qu'elle produise autant de lait qu'une lacaune, sur la productivité laitière donc, ce qui l'a rendue fragile.

Sur la question de la filière (je n'ai pas réfléchi à la notion), il y a des centres de pouvoir, notamment les Centres d'insémination artificielle. Une déclaration ministérielle publiée dans *CQFD* n° 99, pour ce qui concerne la voie mâle, indiquait qu'elle était nécessaire « pour sauver nos centres d'insémination artificielle car leurs subventions européennes risquent d'être supprimées ». Si donc

l'on veut conserver un système de gestion de races, et de vente de races dans le monde, il faut les sauver.

Vaccin, puces rfid, voie mâle cristallisent le développement d'un mouvement anti-normes. Pour la vaccination comme pour les puces, l'opposition vient des mêmes personnes. La chose a un côté libertaire, mais c'est également le discours de la droite qui proteste contre la bureaucratie, ce qui met la contestation sur le fil du rasoir. Si la Confédération paysanne a tant tardé à comprendre ce qui se jouait, tandis que la Coordination rurale, ainsi que certaines municipalités proches du Front national protestaient, c'est qu'il y a un malaise dont je ne peux rien dire à ce stade de mes recherches.

Sur les big data et les puces, je rappelle ma conclusion : est-ce une filière qui s'informatise ou l'une des filières de l'informatisation ? Chaque boucle coûte 2€, soit 600 € pour 300 têtes, sans compter les remplacements pour pertes par accident, ce qui est non négligeable. Jusqu'en 2013, cet investissement a été subventionné par les Centres départementaux de l'élevage. Mais c'est terminé en 2014. En soi, la puce ne coûte rien. Ce sont les moules pour la produire qui demandent un gros investissement, donc une production de masse, un marché.

C'est pourquoi je ne crois pas trop au produit « créé » par le Consommateur. Ici, on est dans la fabrication d'un Consommateur. On a créé l'infrastructure : il faut que le produit se vende. C'est la même chose pour les vaccins : il y a eu à un moment donné 10 millions de doses de vaccin contre la FCO qu'il fallait rentabiliser...

S. Tozanli : Qui veut la normalisation de l'information ? C'est également la grande distribution, responsable des ventes à la majorité des consommateurs. Lors de l'épisode de la vache folle, ce sont les leaders de la grande distribution qui ont exigé la traçabilité car ils avaient besoin que les consommateurs lui fassent confiance. Ils y ont contraint les coopératives productrices de viande qui les fournissaient. Certes, les centres d'insémination artificielle sont des centres de pouvoir, mais il ne faudrait pas oublier la distribution.

## **Session II Intermédiations : les chaînes de production /distribution.**

- **Chaîne logistique et filière, deux concepts, deux disciplines ; quelles réalités économiques et de gestion appréhendées ?<sup>17</sup>**

GROUIEZ Pascal, Economiste, LADYSS – Paris Diderot, [pascal.grouiez@univ-paris-diderot.fr](mailto:pascal.grouiez@univ-paris-diderot.fr)

Les concepts de chaîne de valeur et de filière sont employés respectivement par les gestionnaires et les économistes pour décrire et analyser l'organisation de la division du travail développée par différents acteurs pour satisfaire les besoins humains. Au-delà de la définition générale des deux concepts, notre propos s'interroge sur les raisons d'un maintien de leur emploi parallèle dans

---

<sup>17</sup> Références : Bair J. (2010), « Les cadres d'analyse des chaînes globales. Généalogie et discussion », *Revue Française de Gestion*, 201, Lavoisier, Paris, pp. 103-120 ; Beamon (1998), "Supply chain design and analysis: models and methods", *International Journal of production Economics*, Vol. 55, pp. 281-294 ; Benard A. (1936), *Du producteur au consommateur, fruits et légumes*, Sirey, Paris ; De Bandt (1985), « Quelques remarques sur la notion de filière de production », *cahier du CERNEA*, n°16, Paris ; Filser M, Paché G. (2008), « La dynamique des canaux de distribution. Approches théoriques et ruptures stratégiques », *Revue Française de Gestion*, vol. 34, n°182, pp. 109-133 ; Gereffi D., Korzeniewicz M. (Eds) (1994), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport CT, Praeger ; Hugon P. (2009), « Dynamique des filières cotonnières en Afrique », *Economies et sociétés*, série AG, n°31, pp. 1913-1922 ; Lee, Bellington (1992), "Managing supply chain inventory: pitfalls and opportunities", *Sloan Management Review*, pp. 65-73 ; Morvan et Marchesnay (1979), « Micro, Macro, Meso », *Revue d'économie industrielle*, n°8, pp. 99-103 ; Nieddu (1998), *Dynamiques de longue période dans l'agriculture productiviste et mutations du système agro-industriel français contemporain*, thèse pour le doctorat ès sciences économiques, Reims ; Gaglio, Jacques Lauriol et Christian du Tertre (dir.) (2011), *L'économie de la fonctionnalité : une voie nouvelle vers un développement durable ?*, Toulouse : Éditions Octares, 2011, 198 p.

la littérature scientifique. Nous observons que ces deux concepts et les analyses auxquelles ils invitent, semblent participer activement à justifier deux conceptions qui s'affrontent quand il s'agit de penser le monde avec distance et de façon prospective.

L'analyse en termes de chaîne de valeur se met en quelque sorte « au service » du capitalisme. Par conséquent, elle ne s'interroge pas sur son « équité » dans le partage des richesses créées ; pas plus qu'elle ne comptabilise ses consommations (valeurs non marchandes des biens consommés, effets environnementaux naturels et humains...).

L'analyse filière, plus citoyenne car dès le départ plus attachée à un territoire (national et / ou régional) où cohabitent hommes, entreprises et environnements naturels et sociaux, ne se veut pas au service de l'entreprise mais au service d'un développement plus large où les pouvoirs publics (ou d'autres acteurs) doivent réguler les ambitions des différentes parties prenantes du territoire.

Nous concluons par la nécessité de renouveler ces deux concepts pour trouver des nouvelles réponses et solutions en vue de traiter de la question des externalités négatives auxquelles les entreprises et les collectivités territoriales doivent faire face aujourd'hui. Alors que le concept de chaîne de valeur permet de contraindre l'action de ceux qui sont à l'amont de la chaîne car toute la valeur est drainée vers l'aval, une conception renouvelée de la filière pourrait changer la perception des logiques d'acteurs et des rapports d'acteurs. Il faudrait davantage penser l'encastrement des acteurs dans la solution de la production (concept d'économie de la fonctionnalité), notamment en identifiant le périmètre des acteurs impliqués dans la solution de production (producteurs, consommateurs, territoires, parties prenantes), ainsi que celui qui joue le rôle d'intégrateur.

## **Discussion**

F. Plet : Etat et syndicats agricoles dans les années 1970 en France ont mis à l'honneur la gestion par filière de la production agricole, incitant à des spécialisations par produit de la réflexion sur la production et ses coûts. Cette manière de voir la production agricole jusqu'au produit alimentaire revient-elle à la notion de chaîne logistique, ou bien à celle de chaîne de valeur ?

J. Gardin : Si je reviens à mon exemple ovin, j'ai des flux physiques : lait, viande, aliments. Mais n'y a-t-il pas une économie numérique qui est complètement détachée de la question agricole ?

P. Moati : (à JG : l'économie numérique entre dans les chaînes de valeur.)

- Je ne me retrouve pas dans les définitions de Pascal Grouiez, notamment dans l'assimilation qui est faite entre chaîne logistique et chaîne de valeur dans son exposé. La chaîne logistique est la gestion des flux physiques, tandis que la chaîne de valeur renvoie à la façon dont se construit la valeur. Dans ce sens, la notion de chaîne de valeur est assez proche de la notion de filière. Elle est née au moment où les taux d'intérêt étaient très élevés, et où les stocks coûtaient très cher. C'est donc, sans contenu idéologique, le client qui fait la chaîne.

Sur la question de la filière, la notion technique, qui fait que la filière coordonne un ensemble de secteurs qui sont interdépendants entre amont et aval, et réciproquement, a été oubliée. Car il y a des complémentarités techniques au sein de la transformation de la matière première en vue de l'utilisateur final.

P. Grouiez : J'ai sans doute sous estimé la différence entre chaîne de valeur et chaîne logistique. Il me semble tout de même que dans la chaîne logistique, la question de la valeur et de sa répartition existent aussi, sauf que les flux physiques servent à justifier de la répartition de la valeur.

S. Tozanli : Il faut différencier entre chaîne de valeur, chaîne globale de valeur, et chaîne d'approvisionnement qui sont complètement différentes y compris dans leur conception. Dans la chaîne globale de valeur, la question n'est pas seulement de décider quel est l'acteur leader, mais d'observer la chaîne, de la délimiter dans les territoires, de regarder les flux physiques. Vous avez un peu oublié le cadre socio-institutionnel qui fait la coordination et la gouvernance entre les différents acteurs. L'étude de la chaîne globale de valeur est beaucoup plus sociologique que celle de la chaîne



de valeur, qui est beaucoup plus centrée sur les entreprises. Les récents travaux sur la chaîne globale de valeur introduisent la théorie des conventions dans l'étude des structures de gouvernance, ce qui enrichit la notion.

Cependant la méthode de la chaîne globale de valeur n'est pas applicable partout, pour des raisons d'information, et de l'existence ou non de règles et normes. L'analyse de filière est alors utile, même si les étudiants la jugent démodée. Je suis heureuse de la voir réintroduite ici, car il suffit de délimiter les territoires et les acteurs. Toutes ces pratiques de recherche sont complémentaires.

Pour ce qui concerne la chaîne logistique, elle s'approche beaucoup des *supply chain* car, en un certain sens, elle est en lien avec la grande distribution. Mais dans les deux cas, le consommateur n'est pas présent.

X : Les chaînes de valeur sont aussi internalisées au sein des firmes et de leurs filiales. Il ne faut pas non plus oublier les enjeux et conflits dans l'organisation des filières.

P. Grouiez : Dans mon esprit d'économiste régulationniste, le concept de filière me semble le plus puissant car il est sans a-priori. Le liant, dont tout le monde parle ici, n'est pas préalablement défini. C'est l'observation qui permet de comprendre ce qui fait que la filière existe, pourquoi on a eu besoin de la créer, ce qui fait le lien, qui n'est pas nécessairement technique.

A. Brochot interroge sur la place du consommateur final ; ou bien peut-il exister de filières sans consommateurs ?

V. Moriniaux accepte le fait que le Consommateur ne soit pas acteur de la filière au sens propre. Mais il a un rôle. Il n'existe de filière, de politique de filière que par le Consommateur, car la filière réagit à une demande de la société. Qu'elle induise des comportements, on le voit bien. Mais à l'inverse il existe des comportements de la société qui induisent certaines évolutions dans le monde de l'agro-alimentaire, contre la standardisation, contre l'homogénéisation, ce à quoi la filière est obligée de réagir.

P. Moati : Le consommateur est là car il s'agit d'optimiser les flux, d'anticiper la demande, pour avoir le bon produit, au bon moment, au bon endroit et au bon prix.

P. Grouiez : Le consommateur final n'est pas plus présent dans la filière qu'il ne l'est dans la chaîne logistique. L'objectif principal est de réduire les coûts. Ce n'est donc pas le consommateur qui fait la décision. Les filières sont plutôt pensées sur l'amont. C'est d'ailleurs avec les données de la comptabilité nationale que les économistes les analysaient à l'origine. Certes, le Consommateur peut se constituer en groupe de pression pour agir sur l'amont, ce qui est plus de l'ordre de la filière que de la chaîne logistique. Je dis juste que le consommateur n'a pas le pouvoir dans la filière, même s'il en a quelquefois.

B. Veith : L'acteur n'est pas monolithique : il est porteur de valeurs, avec des implications sur le système de production, la qualité, l'organisation. Dans le cas de la rose, l'évolution est partie des consommateurs. Ce qui fait le lien dans la chaîne, c'est la rose ; objet vivant d'intermédiation entre les différents acteurs, institutionnels ou individuels.

- **La distribution alimentaire dans la nouvelle révolution commerciale**<sup>18</sup>

MOATI Philippe Professeur d'économie à l'Université Paris Diderot – LADYSS, [moati@univ-paris-diderot.fr](mailto:moati@univ-paris-diderot.fr)

La distribution alimentaire est en pleine restructuration face à l'évolution des comportements de consommation, à l'offensive du e-commerce et, plus généralement, aux transformations du

---

<sup>18</sup> Références : MOATI Ph. (2011) *La nouvelle révolution commerciale*, Paris : Odile Jacob; L'OBSOCO, *L'Observatoire des consommations émergentes*, 2013.

capitalisme et aux changements qu'elles induisent dans les processus de création de valeur et l'organisation des marchés.

L'intervention s'attachera à préciser les causes de la révolution commerciale en cours et à en préciser les contours : l'émergence d'un commerce de précision et la diffusion de modèles serviciels. Cette révolution commerciale s'accompagne d'une redéfinition de l'architecture des marchés hérités du fordisme, qui remet en cause la répartition des fonctions entre l'industrie et le commerce et estompe les frontières sectorielles. Alors qu'à travers du poids croissant de leurs marques propres les groupes de distribution resserrent leur emprise sur l'amont des filières, on observe des incursions de l'amont en direction de la distribution, au travers de formules aussi variées que la vente en ligne, l'abonnement, et les diverses modalités de circuits courts.

Une révolution commerciale est en train de bouleverser si l'on prend les concepts développés dans la communication de Pacal Grouiez et sa discussion, soit les filières, soit l'architecture verticale des marchés. Le terme de filière me paraît convenir. L'architecture mise en place à l'heure du fordisme est remise en question, au point de détruire les notions de producteur, fournisseur, distributeur qui nous sont familières, mais ne sont plus adaptées aux réalités émergentes. Révolution commerciale n'est pas une expression très usitée, mais renvoie à la notion très connue de révolution industrielle. Elle reflète le fait que l'évolution du commerce n'est pas linéaire, mais composée de phases d'évolutions dans un cadre donné, et de phases de remises en cause du cadre lui-même, de crises, au cours desquelles les manières de satisfaire les besoins des consommateurs se redéfinissent en profondeur, et font émerger de nouveaux formats, de nouveaux business models, de nouvelles formes territoriales.

La précédente révolution commerciale est celle qui, dans les années 1960, a fait émerger la grande distribution qui aujourd'hui domine le paysage. Mon hypothèse est que nous vivons une révolution du même ordre qui aurait commencé dans les années 1990 et n'est pas achevée. C'est un point de vue partagé par les acteurs, selon les enquêtes que j'ai pu mener au sein de la communauté professionnelle.

Pourquoi ? En raison de l'épuisement du modèle précédent, celui du discount, formule inventée par Boucicaut au XIX<sup>e</sup> siècle et radicalisée par la grande distribution. Il se caractérise par des prix bas pour le consommateur, tout sous le même toit, et une rentabilité qui repose sur des économies d'échelle pour comprimer les coûts de distribution, des marges nettes réduites, récupérées par la rapidité de rotation du capital. C'est très efficace pour le capital, avec des rendements des capitaux propres de 30 à 40% durant des décennies. Cet essoufflement vient du fait que la concurrence sur les prix est devenue l'arme de la concurrence entre les distributeurs tandis que le marché est saturé. Il y a une déflation dans la distribution, avec des prix qui baissent. Pour alimenter la guerre des prix, on met à contribution les fournisseurs de manière violente, ce qui devrait contribuer à l'accélération du mouvement vers un autre business model qui serait à mon avis un modèle de valeur ajoutée.

Il est frappant de constater que ces mutations du commerce correspondent à des phases de mutation du capitalisme, et en seraient une traduction. La grande distribution a comblé le chaînon manquant entre production de masse et consommation de masse. Elle est l'expression commerciale du fordisme, avec des types de localisations correspondant au principe du zonage, traduction urbanistique du fordisme.

La distribution doit s'adapter à un nouvel environnement. La grande distribution est la fille de l'automobile. La technologie clé du capitalisme contemporain est le numérique, qui se traduit par un nouveau circuit de distribution, le e-commerce. L'alimentaire qui était en retard est en train de le rattraper avec le drive in, et ce qu'entreprend Amazon aux USA avec une approche servicielle de la distribution alimentaire. La technologie peut être aussi un instrument de rééquilibrage du pouvoir entre distributeurs et consommateurs, car internet favorise la mise en réseaux des consommateurs comme jamais par le passé.

En matière sociétale, la société de masse qui portait la grande distribution s'est fragmentée, avec une poussée de l'individualisation des comportements de consommation. Les consommateurs sont passés progressivement du fonctionnel à plus d'immatériel et de symbolique, ce qui n'est pas le métier de la grande distribution.

Le commerce doit enfin s'adapter à une économie post fordiste, une économie tirée par l'aval, tandis que le fordisme était poussé par l'amont. La grande distribution n'est pas encore entrée dans l'économie de la connaissance, ni dans l'économie de service. Le sens de la révolution commerciale en cours, c'est l'engagement du commerce dans « l'orientation client », caractéristique de cette économie de service, par le dépassement de la culture du produit pour mettre le client au centre de sa démarche stratégique, se doter d'outils pour connaître le client, avec une autre dimension numérique, celle des *big-data* pour une approche fine du traitement de la demande. La distribution s'efforce de répondre à la démassification de la société et développe des approches de niches, au moyen de rayons spécialisés dans les grandes surfaces (espaces bio, régionaux...) et surtout par la création de concepts commerciaux ciblant des attentes spécifiques de consommation afin de se différencier des concurrents et se soustraire à la concurrence frontale par les prix. Mais cette mise en place de ce que l'on pourrait appeler un « commerce de précision » n'est qu'une étape de la révolution en cours, qui annonce le basculement vers un modèle serviciel où il s'agira moins de vendre des produits que d'accompagner le client vers la résolution de ses problèmes de consommation. Ce peut mener à l'économie de la fonctionnalité (avec Velib, on vend la mobilité, pas la bicyclette). A la limite, il n'y aurait plus de commerce de détail. En alimentaire, on peut imaginer des abonnements pour le ravitaillement de la maison, la vente de « solutions » nutritionnelles...

Ceci a des effets sur l'architecture des filières. Si on apporte des services, c'est au niveau de la conception du produit, du design, du marketing qu'il faut agir. On quitte une organisation de filière avec en amont des producteurs qui concevaient les produits sur la base d'une représentation abstraite de la demande, et en confiaient la vente au commerce. Conception et marketing passent au niveau de la distribution, au point de contact avec les clients. Ce s'est traduit dans l'alimentaire par la poussée des marques de distributeur (MDD) qui occupent actuellement près de 50% du marché. Certaines enseignes comme Picard ne vendent que des produits à leur marque. La valeur tombe du côté de la distribution. Les industriels ont soit des marques incontournables, comme Coca Cola, soit se battent pour rester dans les linéaires en rationalisant leur offre afin de ne conserver que des marques leader. Ils peuvent aussi aider les distributeurs à se différencier en offrant des produits de niche, telles les petites marques offertes par Monoprix. Mais ces stratégies restent inscrites dans l'ancien modèle. Les industriels peuvent aussi se replier sur la fabrication de MDD, si possible en s'affirmant comme partenaire des distributeurs par la mise en valeur d'une capacité d'innovation. Une autre stratégie est l'intégration de la distribution par les industriels, ce qui est encore discret dans l'alimentaire. On crée des boutiques de marques : Nestlé a des boutiques pour ses produits de régime, avec coaching du client et services à domicile. Nespresso a été le premier produit innovant à se passer de la grande distribution. Sur le marché non-alimentaire, l'intégration de la distribution par les industriels est devenue monnaie courante.

On va donc vers une architecture avec en amont des fabricants, des faiseurs, et en aval des acteurs en relation avec la consommation qui bâtissent des systèmes d'offre, qui ne sont plus nécessairement des distributeurs, et que j'appellerai des « intégrateurs », associant des compétences qui selon moi seront le point central dans les chaînes de valeur. C'est sans doute des acteurs venant de l'internet qui auront ce pouvoir. Après Amazon, E-Bay et Google sont en train de prendre des positions sur la livraison à domicile des produits alimentaires. Donc, le monde de l'agro-alimentaire commence à être bouleversé. Même la coopération agricole s'engage vers le consommateur. InVivo s'en est engagé en 2014 dans la création d'un réseau de boutiques.

## **Discussion**

F. Plet : C'est un peu tout de même un retour vers le passé pour l'agro-alimentaire, même si les dimensions en sont nouvelles. Les brasseries britanniques, avant les grandes concentrations financières qui ont fait jouer les règles contre les monopoles, avaient des *pubs* à leur marque, qu'elles on dû

vendre. Les coopératives laitières, les coopératives viticoles, les firmes de Cognac... ont depuis longtemps des magasins de vente directe au sein de leurs établissements. L'insertion de groupes comme Danone dans de nouvelles régions du monde (Amérique latine, Asie du sud, Europe orientale et Russie) ont conduit à des créations de marchés par des ventes au porte à porte, ou par des stands et magasins dans les villes. En France, diverses coopératives ou fédérations régionales de coopératives suivent tardivement (en gros depuis 2013) le chemin ouvert par le succès des magasins de vente directe créés par des associations d'agriculteurs producteurs indépendants des coopératives. Coop de France Centre a ouvert un site de e-commerce en même temps que son magasin de Blois en 2013. La nouveauté de l'enseigne Frais d'ici<sup>19</sup> créée par InVivo, groupe coopératif déjà très internationalisé, avec une première implantation près de Toulouse, est que cette enseigne vendrait physiquement exclusivement des produits alimentaires, variés, locaux mais pas seulement, en fonction du respect de son cahier des charges. Mais ce reste une conception de supermarché alimentaire périurbain, avec des problèmes de disponibilité de foncier pour avancer des projets d'implantation dans certaines régions. Des franchises seraient envisagées en cas de succès, à l'image de l'enseigne Gamm Vert, qui vend depuis longtemps au grand public des produits, outils et vêtements pour jardinage et aussi quelques produits alimentaires de longue conservation.

N. Mathieu : Le scénario présenté est séduisant, mais dans toutes les étapes, il y a des co-existences. Par exemple, le marché forain périodique a toujours été une façon d'opérer des ventes qui ne sont pas celles de la grande distribution. Valider cette théorie de l'évolution du capitalisme mériterait que l'on entre dans le détail des changements en essayant de voir si ce se passe de la même façon partout. Parmi les producteurs, les agriculteurs eux-mêmes sont très divers et dispersés en termes de modes de production, de produits, de systèmes de commercialisation, ce qui serait à mettre à l'épreuve des territoires.

A. Brochot : Connaît-on la part des marchés traditionnels dans l'alimentaire et selon les lieux ?

P. Grouiez : Les drive in sont ils les derniers sursauts de la grande distribution ? Ou bien sont-ils déjà un processus nouveau ?

P. Moati : On a peu de données sur le commerce traditionnel car il n'est pas suivi par les sociétés de panels. On sait juste que les marchés forains étaient en déclin lent, mais qu'ils redémarrent depuis quelques années. Au-delà, il apparaît de nouvelles formes de vente directe qui fonctionnent bien et ont vocation à grossir, comme le réseau Bienvenue à la ferme des Chambres d'agriculture, ou l'expérience de drive in fermiers comme pour le lait frais, qui font école. La grande distribution met une telle pression sur ses fournisseurs que ce décide les gens à vendre en direct, non seulement les petits, mais aussi les grosses coopératives.

On peut avoir l'impression de retour en arrière. J'ai coutume de dire que l'un des aboutissements possibles de cette révolution commerciale est le modèle de l'artisanat, qui travaille pour chaque client particulier, excepté qu'il faut le faire avec la masse, et des entreprises mondialisées. Le nouveau ne chasse pas l'ancien. On a encore les grands magasins du XIX<sup>e</sup> siècle à Paris, mais leurs parts de marché dans le commerce de détail a beaucoup diminué et ils ont dû faire évoluer leur concept.

Le drive in est arrivé très vite. La grande distribution a découvert avec lui une partie de l'approche servicielle qui réduit le temps consommé par les achats. C'est une étape qui, en effet, ne touche pas l'offre de produits, excepté l'opportunité de valoriser ses propres marques (MDD).

Je raisonne sur le déplacement des centres de gravité du commerce, notamment à partir de la grande distribution qui représente les 2/3 du marché alimentaire en comptant seulement supermarchés et hypermarchés, sans les supérettes qui font également partie des grands groupes de distribution. Depuis le début des années 2000, l'hypermarché recule. Je pense qu'il continuera d'exister car il apporte des

---

<sup>19</sup> Certaines coopératives participant au projet toulousain vendraient déjà auparavant 25% de leur production transformée en vente directe selon leurs dires (FP cf. la revue *AgroDistribution*)

services que d'autres commerces n'apporteront pas. Ce que je décris ici n'implique pas la disparition complète des modèles d'hier. Mais la forme dominante est appelée à évoluer, en faisant un détour par les transformations de la société qui changent les manières de consommer, et les transformations du capitalisme qui changent les formes d'organisation pour la création de la valeur. C'est le travail des économistes, notamment des régulationnistes, qui ont une vision historique du capitalisme.

### **Session III. La restauration et les produits locaux.**

- **La demande en produits locaux de la restauration collective : quels liens avec l'offre de proximité dans une région d'agriculture industrielle ?**<sup>20</sup>

DARLY Ségolène, MC Université Paris 8, LADYSS [segolene.d@free.fr](mailto:segolene.d@free.fr) ; AUBRY Christine – Inra  
Vidéoprojection

Notre recherche vise à compléter les travaux sur la différenciation des systèmes agro-alimentaires alternatifs (S3A) en interrogeant la diversité des réseaux sur lesquels se basent les S3A en restauration collective et leur capacité respective à rétablir un lien entre alimentation et agriculture urbaine. Nous nous appuyons pour cela sur le cas de la France et singulièrement celui de l'Ile-de-France. Pour analyser la diversité des réseaux d'approvisionnement locaux, nous nous basons sur la distinction entre les S3A basés sur des relations de proximité, liés ici à l'agriculture urbaine de la région, et les S3A fondés sur des réseaux élargis qui se déploient entre des lieux de consommation et de production distants. Nos résultats montrent que les modalités d'introduction de produits issus de l'agriculture francilienne dans les cantines sont dépendantes, outre le niveau et la nature de l'offre de proximité, de multiples autres facteurs locaux comme l'existence de réseaux de référencement des producteurs, ou encore l'état des ressources en équipement et main d'œuvre de la cuisine. Sur la base de ces constats, nous identifions de nouvelles questions et problématiques posées par les modalités concrètes qui caractérisent le développement de l'approvisionnement en produits locaux de proximité de la restauration collective.

Cette communication dérive d'une expertise réalisée pour la DRIAF sur l'introduction de produits locaux en restauration collective. Cette expertise renvoie plus généralement à la question des alternatives agricoles, nébuleuse d'initiatives qui se développent depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle en réaction au *Globalized Agrifood System*, définies comme allégations de liens entre producteurs et consommateurs en rupture avec le système dominant. Une synthèse publiée en 2008 par Higgins et al.<sup>21</sup>, à partir de la littérature anglo-saxonne, distingue trois grandes catégories : un nouveau lien sans intermédiaire entre producteurs et consommateurs, sur lequel se fonde la confiance du consommateur ; des réseaux de proximité, sans interconnaissance directe consommateur-producteur mais portant sur des produits vendus dans leur région de production, et achetés par des consommateurs qui connaissent physiquement les lieux de production ; des réseaux étendus au sein desquels les produits sont vendus hors de leur région de production, et dont le consommateur ne connaît la région de production qu'à travers la communication, tels les AOP ou le commerce équitable.

---

<sup>20</sup> Références : Darly S., Aubry C. (2014) « La demande en produits locaux de la restauration collective : quels liens avec l'offre de proximité dans une région d'agriculture industrielle ? Le cas de l'Ile-de-France » *Géocarrefour* ; Darly, S. (2013) « Relocaliser pour mieux négocier ou négocier pour mieux relocaliser ? Négociations et compromis pour la construction des réseaux locaux de l'approvisionnement des cantines » *Sud-Ouest européen*, 35, p. 31-42.

<sup>21</sup> Higgins V., Dibden J., Cocklin C. (2008) "Building alternative agri-food networks: Certification, embeddedness and agri-environmental governance", *Journal of Rural Studies*, 24-1, 15-27

Les deux premiers types ont attiré les recherches, car ils concernent un processus de re-localisation des liens production-consommation via des systèmes moins exposés à la compétition sur le marché agro-alimentaire. Ils ont essentiellement touché des pratiques de restauration à domicile, et restent des marchés de niche, quantitativement petits, avec un faible effet de levier sur le fonctionnement global du SAA, même si certaines expériences sont connues comme des réussites ponctuelles.

Intervient alors l'idée que la restauration collective hors foyer pourrait avoir un effet plus important. Mais ce nouvel acteur change les modes de gouvernance. L'idée se matérialise en 2007 en France, suite au Grenelle de l'environnement, avec des injonctions impliquant les responsabilités de l'état et des collectivités territoriales dans un objectif de 15% des commandes en produits biologiques pour 2010, 20% en 2012. Mais aucun bilan n'existe. Des textes ultérieurs ont introduit d'autres critères. Les produits locaux ne pouvant être explicitement désignés en raison du code des marchés publics, des directives ont permis le glissement du bio vers le local, pour faire intervenir la restauration collective publique dans le processus de re-localisation des approvisionnements.

L'Ile-de France est une région urbaine où la restauration hors foyer est très développée avec 648 millions de repas par an, dont la moitié dans les 10 000 unités de la restauration publique. Elle reste aussi une région très agricole, avec 94% des exploitations en oléo-protéagineux, mais également des réseaux locaux et circuits courts de proximité. Après une longue période de déclin liée à la disparition de la ceinture maraîchère, des actions de développement sont soutenues par la profession agricole et les collectivités territoriales qui veulent soutenir une agriculture qui s'insère dans l'économie territoriale. Les formes en sont diverses : paniers dans les gares, AMAP...

Des relations existent déjà entre agriculteurs et restauration collective via des cuisiniers notamment. Nous avons enquêté auprès de responsables d'achats des cantines scolaires, au cœur de Paris, dans le périurbain sud (Hurepoix), et dans un périurbain plus rural (Gâtinais). Se pose d'emblée la question de la définition du « produit local », qui n'est précisée nulle part dans les divers textes réglementaires. Sous cette réserve, nous constatons que l'introduction de produits locaux est très faible, soit occasionnelle, soit un seul produit, soit inexistante. Les personnes qui gèrent les approvisionnements ne connaissent pas l'offre locale potentielle. Il y a donc une question de gestion des réseaux de relocalisation en relation aux cantines. Serait-ce une question de gestion, en délégation ou en régie directe ? Ou d'équipement des cantines pour la conservation des produits ? Ce serait plutôt la ressource en main d'œuvre qui poserait problème (épluchages, partitionnement...). Il voit donc apparaître de nouveaux modes de gouvernance de l'approvisionnement alternatif, qui implique des groupements de producteurs passant par des industriels ou des grossistes à l'amont, et des associations de cantines acheteuses. On se rapproche alors beaucoup d'un nouveau modèle de filière longue, localisée dans un périmètre géographique plus resserré. L'enjeu pour les producteurs est de conserver la maîtrise de cette filière : soit des ateliers de transformation ou les grossistes seraient maîtrisés par des agriculteurs, soit de grands opérateurs de la restauration collective créant des marques locales, on est dans ce dernier cas bien loin de la dimension « alternative » de l'approvisionnement local.

- **Chefs étoilés et producteurs locaux dans les Alpes Maritimes : de l'interdépendance à la subordination**<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Références : - BONNAIN-DULON R., BROCHOT A. (2008) « Haut lieu touristique, haute gastronomie, « haute clientèle » : le tiercé gagnant de la Côte d'Azur ? », pp. 90-101, dans CSERGO Julia, LEMASSON Jean-Pierre (dir.), *Voyages en gastronomies : L'invention des capitales et des régions gourmandes*, Paris, 2008, Autrement, collection Mutations n° 250 ; - BROCHOT A. (2004) « Cuisine nissarde et particularisme niçois », *Géographie et Cultures*, n°50, 2004, pp. 45-61 ; - BROCHOT A. (2007) « Chefs étoilés, producteurs locaux, collectivités territoriales : Union sacrée autour du terroir dans les Alpes Maritimes », pp. 163-168, dans Actes du

Le « producteur local » est devenu la figure de référence de la haute gastronomie. Aucun « chef étoilé » ne saurait désormais fonder sa communication sans mettre en avant la relation qu'il entretient avec « ses » producteurs et sa volonté de valoriser les produits locaux. Bien dans l'air du temps, cette promotion traduit aussi une conscience aiguë de la part de cette catégorie de chefs, en particulier dans les grandes métropoles, de la dépendance à laquelle l'environnement urbain les soumet vis-à-vis des producteurs. Il s'agit en effet pour eux de s'assurer un approvisionnement quotidien en produits de qualité « gastronomique » et à l'origine garantie pour satisfaire une clientèle, mise en alerte par les multiples crises alimentaires et pour qui le produit de terroir, proche et de saison, est devenu le symbole du « bien manger » et du « manger sain ». C'est donc une alliance objective qui unit le chef étoilé et le producteur local et, par là, un lien direct qui s'établit entre la ville et son environnement agricole.

Le département des Alpes Maritimes offre une configuration propice à l'observation des termes de cette alliance et de leur évolution. C'est, en effet, le deuxième contingent de tables étoilées (une trentaine) après Paris. C'est aussi un espace qui a connu une urbanisation massive depuis les années 1960, détruisant progressivement les superficies agricoles, en particulier dévolues au maraîchage. Aussi, la relation d'interdépendance et de valorisation mutuelle qui unissait le chef étoilé et « ses » producteurs dans un marché où l'offre était abondante s'est graduellement muée en une relation faite d'insécurité et de précarité pour des chefs qui voient de plus en plus leur marge de manœuvre se réduire dans le choix des produits qu'ils vont travailler et dans les modalités de leur approvisionnement. Dépendance d'autant plus forte que jamais la demande pour une cuisine « locale » n'a été aussi pressante de la part de la clientèle qui fréquente habituellement ces établissements « haut de gamme ».

La quête du produit de terroir est devenue une lutte au quotidien pour les chefs étoilés des Alpes Maritimes, dont les effets conduisent à un changement d'échelle et une redéfinition de la notion même de produit de terroir.

On retrouve ici quelques problématiques communes avec la communication de S. Darly, mais en changeant de monde avec la restauration étoilée de la Côte d'Azur (le département des Alpes Maritimes).

Je reprends ici des éléments de deux programmes : VIVALTER (Ville, espace de valorisation des produits de terroir) (2013-2014), et « Gastronomie des villes et gastronomie des champs », (2001-2002).

J'avais mis en évidence en 2002 un système d'alliance objective, entre dépendance et solidarité, entre les chefs étoilés et les producteurs locaux et les difficultés croissantes auxquelles les deux groupes sont confrontés et qui menacent les termes de cette alliance, la principale de ces menaces étant liée à la périurbanisation accélérée que connaît cette région et à la pression foncière qui en découle. En 2013, il s'agissait de voir, 10 ans après, quelle a été l'évolution des rapports d'interdépendance des chefs avec les producteurs locaux et la place prise désormais par les produits de terroir dans leur cuisine.

---

colloque international « *Les Terroirs : caractérisation, gouvernance et développement territorial* », 4<sup>e</sup> trimestre 2007 ; - CLERGEAU C., ETCHEVERRIA O. (dir.) (2013) « Dossier : Gastronomie et développement local », *Mondes du tourisme*, n°7, juin 2013 ; - ETCHEVERRIA O. (dir.), BROCHOT A., BONNAIN-DULON R. (2000) *Gastronomie des villes, gastronomie des champs : les nouvelles pratiques et représentations sociales de produits de qualité à travers les grands restaurants*, APN CNRS 2000, (non publié).

Le département des Alpes Maritimes offre un contexte particulier : C'est le 2<sup>ème</sup> plus grand « gisement » de tables étoilées en France (par le Michelin). Le chef occupe une place privilégiée dans ce département où l'affirmation identitaire régionale passe en grande partie par le terroir et ses produits. C'est tout un système gagnant/gagnant qui s'organise autour de la figure du chef étoilé, dont l'image est régulièrement convoquée pour assurer la promotion de l'activité touristique, comme de l'action municipale.

Pourtant, ce système est menacé. Nice est devenue la 5<sup>o</sup> ville de France. La « métropole azurée » s'étend désormais sans discontinuer sur tout le littoral du département, ce qui a affecté principalement les zones horticoles et maraîchères. 70% des surfaces légumières ont disparu entre 1988 et 2010.

Les chefs ont donc de plus en plus de difficultés d'approvisionnement en produits de qualité au quotidien alors que la demande pour une cuisine de terroir est de plus en plus forte, notamment de la part de la clientèle étrangère. Ne pouvant se fournir sur les marchés de gros ou en grande distribution car ils se savent surveillés, par leurs collègues ou par les critiques, ils sont encore plus dépendants des producteurs locaux, seuls à même de leur fournir des produits frais répondant aux standards de la haute gastronomie.

Une forme de réponse à cette fragilisation a été le regroupement des chefs étoilés dans des opérations de défense des producteurs et la mobilisation des élus régionaux. En 2000, vingt d'entre eux ont lancé la Charte de Cagnes-sur-Mer demandant, en relation avec la préparation d'un document de planification territoriale, de préserver les superficies agricoles. En 2002, 7 chefs ont provoqué une rencontre de la presse régionale avec des éleveurs menacés par la fermeture de l'abattoir de Puget-Théniers et ont joué de leur influence auprès des édiles régionaux ; finalement, l'abattoir est resté en activité après mise aux normes.

Il reste que les chefs sont obligés de s'adapter, à la fois dans leurs modes d'approvisionnement et dans leur cuisine. Le contact direct avec les producteurs est de plus en plus difficile en raison de la dispersion de ces derniers et des distances à parcourir. Au Marché d'Intérêt National de Nice, il existe un carré des producteurs, mais ceux qui y offrent leurs produits sont passés de 300 dans les années 1970 à une dizaine actuellement. De plus, certains producteurs préfèrent aujourd'hui vendre directement sur le marché national (Rungis) soustrayant ainsi une partie de leur production. Il y a donc une concurrence accrue entre les chefs dans la recherche des produits.

Les producteurs étant de plus en plus éparpillés dans les interstices laissés à l'agriculture par l'urbanisation, les chefs sont aussi soumis à des déplacements plus longs pour se rendre sur les exploitations. Selon leur implantation, certains peuvent néanmoins s'approvisionner soit en Italie soit dans le Var. Pour les autres, il reste le MIN et les grossistes, mais sans certitude quant à la sécurité de fourniture du produit recherché. Il y a donc une perte de maîtrise de chefs sur la provenance et sur la régularité de leurs approvisionnements.

De sorte qu'ils doivent adapter leur cuisine au quotidien en fonction de leur approvisionnement. Les menus « retour de marché », ou « retour de pêche », sont de moins en moins nombreux, au profit de « menu de saison » plus vagues ; les intitulés des plats sont devenus plus abstraits, on parle de « primeurs de nos paysans », là où il y a encore une dizaine d'années il était de mise d'indiquer le nom du producteur sur la carte.

L'illustration de la dilution progressive du lien de proximité avec le terroir a été donnée en 2012 par Alain Ducasse avec l'organisation, à Monaco, d'une manifestation réunissant 240 chefs du monde entier. L'un des temps forts en était un marché où étaient présentés par quelque 25 producteurs « les 100 produits emblématiques de la Méditerranée » dont l'origine traduit l'élargissement de ce qui est considéré comme produit du terroir.

En conclusion se posent quelques questions :



- Les modes de représentation du monde agricole par les pouvoirs publics sont en jeu dans la mesure où les agriculteurs ne sont plus considérés comme des interlocuteurs dans le fonctionnement des territoires et la préservation des paysages.
- La doctrine du « produire et consommer local » est mise en question lorsqu'il est moins contraignant pour les producteurs de vendre sur le marché global.
- La définition même de produit de terroir serait à repenser dans la mesure où le terroir s'élargit à l'ensemble de la grande région méditerranéenne.

### **Discussion commune aux deux communications :**

V. Moriniaux : Entre local et terroir, le terme « produits régionaux » serait à retenir. Les chefs s'arrangent avec le terroir, ce qui donne des choses assez curieuses comme des chefs faisant produire en bord de Loire des champignons japonais. S'ajoute la question du produit frais. Puis, dans les cantines en conversion vers le local, la question du bio, avec des parents qui associent local et bio, ce qui n'a le plus souvent rien à voir.

- Sur le local et la restauration collective

N. Mathieu : La théorisation en géographie se heurte à la difficulté que crée la diversité. Il n'y a pas la même conceptualisation dans les deux études. Dans l'une on part d'une question, la re-localisation agricole ; dans l'autre on observe les restaurateurs, et l'on en déduit des mécanismes.

La restauration collective est à mon avis très dépendante des lieux. Je suis étonnée que l'on observe la même chose en Hurepoix et au centre de Paris. Soit les responsables interrogés sont très formatés, soit il y a d'autres raisons. Parmi ceux qui gèrent la restauration collective, il y a ceux qui osent ne pas suivre les règles, manger les produits du jardin de l'école ou des jardins des parents, tandis que c'est légalement interdit, ce qui est aussi un système alternatif.

A. Bué : A Barjac, dans le Gard, il n'y a pas de pression sur les terres agricoles. Le maire y a fait un travail afin que la restauration scolaire soit directement issue de la production locale. La difficulté a été celle des normes<sup>23</sup>. Il faut se battre entre normes, tolérances, et la demande paradoxale des parents de sécurité normée et de local...et d'une alimentation diversifiée, équilibrée, poisson le vendredi ...Et cependant 30% de la nourriture jetée...

S. Darly : La définition du local est en tension entre lieu de production, terroir, proximité. Dans le gradient centre ville /rural, il y a différentes manières de définir le local. Pour les Parisiens, c'est l'Ile-de-France, pour les autres, c'est la proximité du lieu de consommation, des producteurs que l'on connaît. A Paris, le bio l'emporte sur ce thème. Ailleurs, ce sont des produits labellisés, mais beaucoup pensent que c'est impossible en Ile-de-France. Des initiatives audacieuses existent, mais peuvent-elles être un levier de développement agricole ? C'est la question qui est posée.

Quant à la méthodologie, je rappelle que c'est à partir d'une étude empirique des pratiques en Ile-de-France que je me suis posée la question plus générale qui cadre mon exposé.

- Sur les relations entre producteurs agricoles et grande restauration

E. Canobbio : J'ai pu observer, en élevage ovin, qu'il n'y a pas seulement la question foncière et la vente des terres agricoles, mais également une rupture de la chaîne familiale des réseaux de vente et d'intérêts. Il y a un changement de l'insertion dans l'économie régionale avec d'autres représentations, la fonction touristique devenant plus importante pour les éleveurs que la fonction productive.

---

<sup>23</sup> Cf. J. P. Jaud, *Nos enfants nous accuseront*, documentaire, 2008

P. Grouiez : N'est-ce pas une remise en cause de la cuisine étoilée, qui serait trop peu rentable ? Est-ce que ce n'est pas lié à un problème de marge ? Les prix proposés aux producteurs ne sont peut-être pas suffisants pour qu'ils soient intéressés pour vendre leurs produits aux chefs ?

A. Brochot : Les chefs paient le prix lorsqu'ils obtiennent les produits souhaités. Le souci est la volonté des producteurs de poursuivre l'activité. Par exemple tel chef avait un producteur de fraises des bois ; il voulait que les fraises qu'il allait servir soient cueillies avec le pédoncule, mais le producteur a abandonné parce que cela représentait un trop gros travail et pourtant le chef était prêt à payer ; un autre producteur de fraises des bois livrait en barquettes de bois de 10 à 12 fraises qu'il confectionnait lui-même, etc. Les chefs sont prêts à payer, mais ce sont les producteurs qui ne sont plus prêts à satisfaire ces exigences très particulières.

S. Tozanli : Y a-t-il des chefs étoilés qui intègrent l'amont dans leur activité ?

A. Brochot : Il y a Passard avec ses trois potagers, et d'autres comme Alleno. Mais sur la Côte d'Azur, c'est difficile. Il n'y a que le domaine du Prince de Monaco, qui fournit le Louis XV à Monaco. [...] Les chefs peuvent toujours choisir de changer de méthode et revenir à ce qui se faisait il y a un siècle avec une cuisine internationale, sans rapport particulier à la région dans laquelle ils opèrent. Il faut poser la question au client, suivrait-il ?

B. Veith : il y a aussi des restaurants qui font leur menu en fonction du marché...

A. Brochot : Le problème des grands chefs est qu'ils ont fait leur réputation sur des plats-signature et que les clients qui viennent de très loin et acceptent de payer très cher, veulent ces plats. Une alternative est en train de se dégager (portée par Ducasse et Robuchon), celle du « fait maison », du label « Collège culinaire », et le titre de « Maître restaurateur ». C'est peut-être ainsi qu'il vont réussir à maintenir encore quelques années leur spécificité qui est d'utiliser des produits locaux de qualité... Mais c'est plus facile pour des gros établissements qui ont une brigade de 40 personnes que pour des petits avec seulement quelques apprentis.

E. Canobbio : Une grande cuisine découplée du territoire est la cuisine moléculaire.

A. Brochot : Elle est « morte », car trop dématérialisée... les gens n'en veulent plus.

## Conclusions.

- **Vincent Moriniaux** met en exergue :
  - **Une mise en perspective de la vie d'un laboratoire**, dont il apprécie, au regard de la journée, l'interdisciplinarité, l'intergénérationnel, et la qualité d'écoute « bienveillante », y compris dans la critique, même s'il est conscient que ces caractéristiques sont liées à la participation du jour. Il insiste sur l'interdisciplinarité.
  - **La question de « l'acteur », du rôle des acteurs** dont trois sont présents, et un quatrième trop en filigrane. Le consommateur est très présent. L'innovateur est dans la présentation de Blandine Veith, celle des chefs étoilés d'Aline Brochot, de l'e-commerce de Philippe Moati, ou, en creux, des puces animales dans la présentation de Jean Gardin. L'institutionnel est dans l'exposé sur les Philippines avec le rôle en creux du gouvernement qui ne parvient pas à imposer le crédit ; dans les normes européennes et françaises, dont la grille de « l'environnement », qui imposent des produits locaux dans les cantines sans expliquer/définir ce qu'est un produit local, bien que la date de 2010 définie pour ce faire soit largement dépassée, sans que l'on sache si les objectifs sont atteints.

Dans chaque projet, il est des normes centralisées relatives à la mutation et à l'adaptation des agriculteurs, leur acceptation à l'évolution de demandes de consommateurs, qui sont centrales. Les normes finissent par infuser les esprits. Je suis persuadé que les consommateurs exigent des choses qu'ils ne connaissent pas, sur lesquelles ils n'ont pas

réfléchi. Le « bio », le « local », le « terroir », si l'on interrogeait un panel de consommateurs comme c'est la mode, produiraient des réponses très variées, très inattendues. Par exemple, le piment d'Espelette dont la restauration, les chefs étoilés, font usage est à la fois un produit local, un produit régional du Pays basque, (c'est aussi une variété de plante). Cela voudrait-il dire qu'il ne doit être consommé qu'au Pays basque ? Les roses sont créées pour être diffusées, et nommées pour la vente (dédiées à des personnes, dont des vedettes et non pas, ou rarement, en fonction de lieux)

Un acteur regrettablement presque absent de cette journée est l'agriculteur, auquel on ne donne pas la parole, excepté partiellement pour ce qui concerne les puces électroniques des brebis. Et encore, c'est au travers d'une organisation, la Confédération paysanne, et non du producteur de base. Cela correspond peut-être à ce que Françoise Plet disait en introduction sur des recherches du LADYSS épousant les tendances de la société. L'agriculteur devenant quantité infime, et pour partie dévalorisée, on aurait tendance à ne plus, peut-être, l'interroger. J'aurais pourtant voulu entendre le producteur. Si l'on envisage le producteur de safran dans le Hurepoix : utilise-t-on ce safran dans les cantines étant donné son prix ? L'apiculteur du Gâtinais vend-t-il aux cantines ? On butera toujours sur l'entrée des spécialités locales, car derrière le « terroir », le produit local ou localisé, il y a des hommes et des femmes avec leurs projets et leur vie, et pas seulement des consommateurs.<sup>24</sup>

- Le dernier point est la **dimension irréductible du lieu**. Pour conclure en géographe, le lieu n'est pas mort. C'est un peu une utopie humaine que de vouloir manger de tout partout. Mais c'est aussi le fait de l'homme et l'histoire de l'humanité que d'avoir pu être ubiquiste, s'installer partout, et pouvoir transporter dans ses bagages tous les produits alimentaires et toutes les coutumes alimentaires. Que serait notre cuisine sans la tomate ou le chocolat ?
- Sur **l'avenir**, j'ai un peu peur de ce que vous nous annoncez : le e-commerce me glace, parce que c'est manger de tout partout décidé par d'autres que soi. J'ai autant peur du « local » imposé, du localisme pour « locavores » qui ne devraient manger que ce qui pousse dans leur petit coin.

L'école a aussi comme dimension de permettre l'égalité entre les enfants. Tous les enfants de France devraient avoir la chance de manger du melon de Cavaillon, des tomates du Comtat, des fraises de Plougastel ou des *guarriguettes*, du loup de Méditerranée... et, en général, de bons produits. Si l'on habite au cœur de la Normandie, ne mangeraient-on que des plats à la crème, l'huile d'olive ayant peu de chances d'être « locale » ? Comme pédagogue, je ne me sens pas en phase avec le local pour le local. Il y a à inventer, et ce serait le rôle du géographe, une nouvelle façon de voir le local près de l'école, un « local » dont il ne suffise pas d'y pouvoir emmener les élèves en visite en autocar. Mais les institutions sont muettes sur la définition. Peut-être la solution pourrait-elle venir de l'exemple de la rose, où se combinent l'innovation, le rôle de l'humain, pour des marchés variés ? Je ne veux pas manger comme à l'époque préhistorique. Je veux manger aussi des hybrides, avec réserves quant aux OGM. Le rôle de rayonnement international que l'on trouve entre autres avec les grands chefs de cuisine, qui ne sont « étoilés » que parce qu'ils parviennent à sublimer des produits qui ne sont pas nécessairement locaux, le rôle de la gastronomie française, le rôle de l'obtention de roses de la France, me semblent à cet égard emblématiques.

- **Selma Tozalni**, également intéressée par la multidisciplinarité des présentations et des propos, revient sur la question de « l'immatériel ». Roland Pérez, de l'Université de Montpellier

---

<sup>24</sup> Sur ce point, même si la journée en soi l'a peu montré, et s'il y a un léger étiage des travaux, la bibliographie LADYSS montre combien le producteur, sous toutes ses dimensions, a été et demeure important.

parlait récemment de « troisième révolution industrielle » à ce propos, ce qui correspond au discours de Philippe Moati pour ce qui concerne la « révolution commerciale ».

Sur la question de chaîne industrielle, mon laboratoire travaille beaucoup sur les chaînes logistiques. Mais je suis en désaccord sur ce qui a été dit de « chaîne de valeur » pour ce qui concerne les chaînes logistiques et de services. Ces chaînes ont des valeurs informationnelles. Leur rôle d'information et de diffusion à longue distance est important. Elles sont en train de changer les systèmes agro-alimentaires.

Les cartes présentées dans les dernières interventions montrent une « disparition » de l'agriculture. Ceux qui disparaissent sont les petits agriculteurs, ce pourquoi il y a des problèmes en approvisionnements locaux. C'est pourquoi nous sommes nombreux à penser à l'agriculture péri-urbaine pour nous approcher de la « nature ». Comment faire venir les produits de ces petits producteurs à nouveau dans nos assiettes ? Ce ne peut être uniquement par des « circuits courts », car c'est impossible dans des métropoles de dizaines de milliers, centaines, ou millions d'habitants. Il faut donc en revenir à la chaîne logistique et voir comment organiser les services, y compris en termes de chaîne logistique. On peut l'utiliser pour faire circuler l'information du producteur au consommateur. Ce qui est important n'est pas « faire manger local » mais apprendre les produits, apprendre à être curieux, à savoir lire les étiquettes, acheter en connaissance de cause. Par exemple les *kebab* y compris *kebab fromage* vendus en France n'ont rien à voir avec des *kebab*, ce qui n'est par exemple pas le cas en Allemagne où la nourriture d'inspiration turque est bonne, et conforme à des recettes authentiques.

## **Discussion**

- du commerce

N. Mathieu : Selon vous, il ne faut pas avoir peur de l'e-commerce. Mais il faut se demander si l'e-commerce et la façon dont on reçoit l'information en ligne et par l'image est véritablement formateur, transmet une connaissance. Les produits agricoles et d'élevage sont du vivant, et du vivant complexe. La connaissance d'un produit passe nécessairement par une connaissance matérielle. Elle est souvent une connaissance familiale. Peut-être que la peur que l'on a de l'e-commerce, c'est qu'il ne renvoie à aucune matérialité des produits, dont la couleur réelle et l'odeur renvoient à des goûts et des qualités.

S. Tozanli : Comme pour toute technique, il ne faut pas en être esclave. Un producteur de marché paysan utilise aussi les technologies : ce peut être collaboratif et participatif sans aller jusqu'à dématérialiser les produits.

A. Bué : Nous n'avons plus guère le choix quant à l'information globale, et avons intérêt à utiliser tous les moyens à disposition au profit de ce que l'on croit.

- du local

V. Moriniaux : L'institution scolaire et les élus voient le local à leur porte, tel le maire de Mouans-Sartoux dans les Alpes-Maritimes qui, pour sauver un agriculteur a acheté une parcelle agricole et la fait cultiver. Mais on est dans une zone méditerranéenne où les possibilités de production sont bien plus nombreuses que dans le Bassin parisien.

A. Brochot : il y a également des enjeux et concurrences politiques entre communes...

S. Darly : La question du « manger local » n'est pas seulement celle de l'origine de la nourriture. La proposition agricole en France ne rappelle pas pourquoi on veut re-localiser les systèmes agro-alimentaires : il s'agit de réduire la chaîne logistique afin de récupérer plus de

valeur ajoutée au profit des agriculteurs. Ce peut se faire par d'autres moyens que d'acheter dans le voisinage.

P. Grouiez. Parmi les limites du « local » sont les problèmes d'organisation logistique du local. *Terroir 44* est une association de Loire-Atlantique qui essaie de mobiliser des agriculteurs pour vendre localement, autour d'un camion circulant vers des écoles et les marchés de Nantes. Mais les agriculteurs eux-mêmes sont un frein, car chacun a ses contraintes. Le pain par exemple ne peut-être prêt avant 8h 30. Pour eux, vendre local, c'est abandonner les contraintes de la grande distribution, mais pas s'en créer de nouvelles.

- de la recherche

N. Mathieu : Il ne manque pas seulement l'agriculteur dans ce qui a été dit, mais également l'habitant jardinier. C'est que tout n'a pas été exposé des recherches menées au LADYSS. Il aurait fallu également rappeler les travaux de Christine César sur les cantines. Mais il ne faudrait pas en effet que ces manques se creusent aujourd'hui.

B. Veith : Membre il y a quelques années de la première AMAP de Saint-Denis (93), elle a conservé les emails de l'association (plus de 2000) et peut les communiquer aux chercheurs intéressés par cette histoire particulière d'achats directs.

F. Plet réinsiste sur l'importance de cette archive partagée, question par laquelle elle a introduit la journée.