

Des livres

Gilles Fumey
24 septembre 2004

Compte-rendu de lecture **Les produits de terroir, entre culture et règlements (Laurence Bérard, Philippe Marchenay)**

Laurence Bérard, Philippe Marchenay, *Les produits de terroir, entre culture et règlements*, CNRS Editions, 2004, 230 p.



Sensibilisés à la malbouffe, les consommateurs veulent manger mieux. Désarmés devant des produits et des plats dont ils ne savent pas d'où ils viennent et comment ils sont réellement composés, les mangeurs veulent retrouver ces racines et ces origines sans quoi ils développent ce que Claude Fischler appelle la « néophobie ».

Parmi les stratégies de reconquête d'une certaine autonomie alimentaire, les filières agroalimentaires mettent en avant les terroirs, qui ne sont pas nouveaux mais qui suscitent de plus en plus d'intérêt. Les produits du terroir ne sont, pour l'instant, pas très nombreux : charcuteries, fromages, huiles, fruits ou légumes, produits d'un artisanat de conserverie, etc. L'Europe, depuis plus d'une décennie, réglemente la protection des noms de ces produits de terroir et ce n'est pas fini. Mais comment comprendre la qualification de ces chapons de Bresse, de ces picodons et ces banons, ces pormoniers et autres boudins d'herbes ? Comment le lieu donne-t-il du sens au produit ? Y a-t-il une manière de traiter l'histoire, la culture locale pour comprendre ce qu'on pourrait appeler la substance d'un terroir ? D'autant que les réglementations internationales sont devenues très contraignantes en matière d'hygiène.

Dans le terroir, les auteurs ethnologues étudient la propension qu'ont les sociétés à associer la valorisation de ces productions à leur dimension patrimoniale : un patrimoine qui revitalise un produit et une filière. Ils analysent la manière dont les grandes enseignes de l'industrie et de la distribution exploitent ce qu'elles voient comme un filon commercial de plus. On souscrit à leur vision militante du mouvement Slow Food. Mais les géographes, sensibles à tout ce qui exploite le potentiel symbolique de l'espace et des lieux, peuvent donner à lire dans les paysages ou dans les enquêtes sur la notoriété ancienne des produits [1] ce qui peut fournir un support privilégié au contenu subtil et complexe des terroirs.

Ce livre est un superbe voyage dans de multiples provinces françaises, espagnoles et italiennes, au cœur de cette Europe qui fut à la pointe de cet esprit des terroirs.

Compte-rendu : Gilles Fumey

[1] « Les produits de terroir : de la recherche à l'expertise », *Ethnologie française*, 2004, n° 4, pp. 591-599.

Copyright © Association des cafés géographiques (fondée en 1998).