



Vivalter

*La ville, espace de valorisation des produits des terroirs
du XVI^e siècle à nos jours*

Projet région 2012-2015 - Laboratoire CEMMC

Porteurs du projet :

Corinne Marache et Philippe Meyzie

ViValTer est un programme de recherche pluridisciplinaire soutenu par la région Aquitaine ayant pour objectif de faire se rencontrer le monde de la recherche, les filières de formation et les professionnels intéressés par les produits de terroir et leur valorisation.

Ce programme réunit 27 chercheurs d'horizon divers, appartenant à plus d'une dizaine de centres de recherches et de programmes nationaux ou internationaux (ANR ECA, GDR Campagnes européennes, IEHCA).

Description scientifique du projet

Les produits du terroir sont, depuis quelques années, très en vogue, et conduisent nécessairement l'historien à s'interroger plus avant sur les fondements de ce succès. Leur **valorisation** ne se limite pas au monde rural et aux politiques récentes de promotion de la grande distribution ou de l'économie touristique. Ce processus s'inscrit dans le temps long et fait intervenir de nombreux acteurs.

Longtemps considérée comme prédatrice vis-à-vis de son arrière pays, la ville entretient des relations plus complexes avec les campagnes alentours et participe de fait à la mise en valeur de son territoire et de ses produits. Si beaucoup de chercheurs en sciences humaines se sont intéressés à la production agricole, aux circuits économiques, aux relations de pouvoir entre villes et campagnes, d'autres approches plus récentes prennent plus volontiers en compte la nature, la qualité et la représentation des produits, à l'instar des travaux menés récemment par Corinne Marache sur les produits des terroirs aquitains et en particulier la châtaigne ou des travaux de Philippe Meyzie sur l'histoire de l'alimentation et sur la mobilité des produits des terroirs. Dans cette perspective, **il convient donc de poursuivre la réflexion en s'interrogeant sur la mise en valeur des terroirs. L'une des voies permettant de saisir la multiplicité des enjeux et des acteurs de ce processus est de centrer l'analyse sur la ville (du bourg à la capitale provinciale), comme espace de valorisation des produits des terroirs.** Du XVI^e siècle à nos jours, les formes de la valorisation évoluent : elles ne portent pas sur les mêmes produits, ne reposent pas sur les mêmes acteurs, ne relèvent pas des mêmes enjeux, ce qui en fait un **objet historique à part entière**, mais aussi, plus largement un **objet de réflexion pour les sciences sociales**, ce qui nous a conduit à composer une **équipe de chercheurs pluridisciplinaire** mêlant des historiens, des géographes, des ethnologues, des anthropologues et des historiens du droit.

La valorisation des produits des terroirs par la ville peut être déclinée en plusieurs axes :

- **Encouragement à la production et à son amélioration :** La ville exerce un **rôle incitateur sur l'arrière-pays** dans la mesure où la demande et la consommation urbaines influencent la quantité et la nature de la production (ex : blé dur de la moyenne Garonne, vignoble d'Argenteuil, cerises de Montmorency, etc.). En lien avec les politiques successives d'action publiques (de Colbert à la PAC,

des AOC aux labels et autres IGP), des réseaux d'approvisionnement centrés sur la ville se développent afin de permettre aux produits des campagnes d'entrer dans des circuits économiques complexes (ex : collecte de lait pour la fabrication de fromages, chanvre pour la marine...). **La ville agit par ailleurs sur l'amélioration des méthodes de production.** Même si certains produits apparaissent comme des symboles d'archaïsme (ex : châtaignes au XIX^e siècle) et restent méprisés par les agents du progrès, beaucoup s'inscrivent dans la modernité et sont capables d'innovations. La diffusion et la vulgarisation des avancées scientifiques en matière d'agriculture se font essentiellement par l'intermédiaire d'hommes (intendants, notables, physiocrates et agronomes, conseillers et professeurs agricoles, courtiers en vins...) ou de structures urbaines (corps de villes et municipalités, sociétés, comices et syndicats agricoles, chambres d'agriculture...). Il conviendra également d'étudier comment et par quels canaux (journaux, ouvrages scientifiques ou de vulgarisation, publicité...), ces acteurs opèrent la **diffusion de l'information**. De fait, les villes constituent un **relais** et une **interface** entre les milieux institutionnels, intellectuels, scientifiques urbains et les campagnes ; elles contribuent à ce titre à **une meilleure qualité des produits des terroirs**.

- **Ville transformation, conditionnement et commercialisation des produits des terroirs : Le marché, la boutique, les métiers de bouche, le comice agricole, mais aussi les lieux de restauration** constituent autant **d'agents, de lieux et de moments forts** de la commercialisation, de l'identification, de la structuration et de la **promotion des produits des terroirs**. Certains permettent la diffusion d'informations et de connaissances liées au progrès agricole (exposition des machines agricoles dans les comices et les foires, apparition de nouveaux produits comme la pomme de terre, conférences proposées par les professeurs d'agriculture...). D'autres œuvrent à la lutte contre la fraude, à l'amélioration de l'hygiène, au contrôle de l'information sur l'origine, la qualité ou la valeur des produits et à l'uniformisation des poids et des mesures. Tous façonnent la réputation de ces produits et participent à leur **renommée** (cuisiniers, marchés spécialisés...) ou à leur **valeur ajoutée**. Le conditionnement, l'emballage et la publicité, secteurs dans lesquels la ville joue un rôle clé, contribuent alors à une diffusion toujours plus large des produits des terroirs. Au cours de la période, on assiste à un élargissement de la fonction initiale de ces lieux et événements commerciaux et économiques vers une fonction de valorisation plus globale des produits du terroir, plaçant la ville au cœur de la relation entre le local et le national (marchés fermiers, salons gourmands, expositions, musées, chefs étoilés) qu'il est nécessaire d'analyser.

- **Qualité et renommée des produits : Ce projet de recherche vise en outre à mieux** comprendre comment, à partir des villes, se crée et se diffuse la réputation d'un produit, d'une fabrication ou d'un savoir-faire, d'un territoire ou d'un « terroir » en France et en Europe. Pourquoi la **renommée** d'un produit (vin, spécialité gastronomique, production artisanale) se construit-elle souvent en ville ? La dénomination d'un produit peut même être associée à une ville (tomate de Marmande, jambon de Bayonne et de Parme, haricot de Paimpol, vins de Bordeaux, haricots tarbais, Noix de Grenoble). Mais ce n'est toutefois pas toujours le cas et les contre exemples sont à ce titre porteurs de sens (Nantes et le vignoble de Muscadet, Florence et le Chianti, Noix du Périgord). Dès lors, il convient de s'interroger sur les **acteurs** (édiles, notables, associations professionnelles, chambres d'agriculture...) et les **vecteurs de cette promotion** (banquets, cadeaux, presse, guides touristiques et gastronomiques, littérature, récits de voyage...), y compris à **l'échelle nationale et internationale**. Le **rôle des politiques** qui instrumentalisent ou favorisent la célébrité des produits de leurs campagnes nous paraissent constituer une entrée neuve et pertinente. Une production ainsi valorisée peut servir de support à la communication d'une ville (ex : pruneau d'Agen), pour favoriser le développement de nouvelles formes de tourisme (eaux minérales et villes thermales, par exemple). Ce dernier sert alors à faire voyager toujours plus les produits mais aussi à renforcer leur ancrage dans le terroir, les associant ainsi au patrimoine local, régional voire national, à l'heure où le repas gastronomique des Français est entré dans le patrimoine immatériel de l'UNESCO. On perçoit donc les enjeux de la valorisation des produits des terroirs, qu'ils soient économiques, politiques, culturels ou territoriaux.

Cette étude de *la ville, espace de valorisation des produits des terroirs du XVI^e siècle à nos jours* vise donc à ouvrir de nouvelles pistes pour étudier l'histoire des productions agricoles et de leur promotion. Elle entend mesurer la profondeur historique de certains produits du terroir dans notre

environnement comme dans notre patrimoine et propose de mieux comprendre la construction parfois artificielle de l'image de certains d'entre eux. Si les produits de la région Aquitaine tiennent une large place dans ce programme de recherche, l'objectif est bien évidemment d'ouvrir cette étude à d'autres régions françaises et pourquoi pas européennes. Cette thématique s'inscrit dans une **perspective pluridisciplinaire** visant à **éclairer les acteurs et les mécanismes qui donnent à la ville un rôle essentiel dans la mise en valeur de son environnement et de ses produits.**

Les réalisations du Programme Vivalter

Les rencontres scientifiques organisées par le programme Vivalter

- Séminaire Vivalter, *Le rôle de la ville dans la valorisation des produits de terroir*, mercredi 22 février 2012, MSHA, organisé par Corinne Marache et Philippe Meyzie
Participants : Sylvie Vabre et Florent Mérot
- Table ronde sur « *Les produits des terroirs sont-ils des produits paysans ?* » organisée par Corinne Marache et Philippe Meyzie aux Rendez-vous de l'Histoire de Blois, Vendredi 19 octobre 2012, Partenariat Vivalter / IEHCA
- Séminaire Vivalter *Les formations intéressées par la production, la promotion et la valorisation des produits régionaux : quelle place pour l'histoire et les historiens*, mardi 13 novembre 2012, organisée par Corinne Marache et Philippe Meyzie
- Table ronde Vivalter, *Les structures de valorisation des produits régionaux, hier et aujourd'hui* Lundi 18 mars 2013, MSHA, organisée par Corinne Marache et Philippe Meyzie
- Colloque International, *Ville et valorisation des produits des terroirs : Sources, méthodes et approches comparatives à l'échelle internationale*, 21-22 novembre 2013, Université Bordeaux 3-MSHA/Maison des Suds, organisé par Corinne Marache et Philippe Meyzie.

Les rencontres accompagnées et soutenues par le programme Vivalter

- Colloque AHSR/CEMMC, Bordeaux, MSHA, 4-5 octobre 2012 soutenu par le programme Vivalter sur *L'Univers du Vin : Hommes, paysages, territoires*, organisé par Bernard Bodinier, Corinne Marache et Stéphanie Lachaud
- Colloque international, *Les élites et la propriété viticole*, (30 et 31 mai 2013), organisé par Stéphanie Lachaud et Marguerite Figeac-Monthus, MSHA
- Colloque L'approvisionnement des villes portuaires en Europe du XVI^e siècle à nos jours, organisé par Caroline Le Mao et Philippe Meyzie, MSHA, 19-20-21 mars 2014.

Les enquêtes et recherches menées dans le cadre du programme

- Programme de numérisation d'archives sur les produits des terroirs (truffe, prune, oie...), sur leur valorisation, leur transformation, leur commercialisation, leurs

déplacements... Ce travail est réalisé par des étudiants vacataires en Master ou doctorat.

Les documents numérisés sont mis à la disposition des membres du programme Vivalter, du CEMMC et des autres laboratoires associés au programme de recherche, des étudiants souhaitant entamer des Master ou doctorat sur les thématiques en lien avec Vivalter.

- Enquêtes menées par des membres de l'équipe sur les structures, les acteurs et les modalités de la valorisation des produits de terroir.

Master adossé au programme Vivalter

Virginie Saspiturry, *L'émergence des produits du terroir basque comme vitrine d'une région. L'exemple de l'etxeko bizkotxa : un gâteau basque partagé entre tradition et modernité*, Master 1, sous la direction de Corinne Marache et Philippe Meyzie, 2013-2014.

Publications

- Plusieurs articles ou chapitres d'ouvrages scientifiques émanant de recherches adossées à cet axe ont déjà été publiés
- Un ouvrage de synthèse réunissant plus d'une vingtaine de texte sera publié en 2015, vraisemblablement aux PUR, dans la collection *Table des Hommes*.

Perspectives

Les échanges et résultats des recherches menées pendant ces quatre années ont abouti à de nouveaux projets, internationaux, qui devraient voir le jour dans le courant de l'année 2014.

Ainsi, le CEMMC (dans le cadre du programme Vivalter), l'Equipe Alimentation (LEA), l'IEHCA et le Foodlab de Parme doivent se réunir à Parme au printemps 2014 dans le cadre d'un workshop pour organiser la mise en place d'un Réseau international de recherches sur l'histoire de l'alimentation.

Parmi les travaux que souhaiteraient mener ces équipes de recherche dans le cadre de ce réseau, la question des produits régionaux et des mécanismes de leur typicité et de leur renommée devrait être centrale.