



FORUM DU DEVELOPPEMENT DURABLE

28 mars 2013

L'ALIMENTATION, UNE RESSOURCE PATRIMONIALE POUR LES TERRITOIRES

Jacinthe BESSIERE

*Maître de Conférences en Sociologie,
CERTOP CNRS - UMR 5044, ISTHIA, Université de Toulouse le Mirail*

- Mouvement indéniable de *patrimonialisation* qui traduit des logiques identitaires et socio-culturelles ancrées dans les territoires ruraux.
- Avènement de nouvelles pratiques et représentations alimentaires
- Engouement actuel pour les *terroirs*

➔ Réinterroge et renouvelle la vocation agricole des espaces ruraux donnant à voir de nouvelles fonctions culturelles, touristiques ou sociales.

Plan de l'intervention

1. Patrimoine alimentaire et patrimonialisation : données de cadrage et définitions.
2. Patrimoine alimentaire et tourisme : leviers de valorisation économique et culturelle des territoires
3. Exemple de recherche : « L'innovation dans la valorisation des patrimoines alimentaires en espace rural »

1. Patrimoine alimentaire et patrimonialisation : données de cadrage et définitions

L' alimentation, code de résistance, code de reconnaissance hissée au rang de patrimoine

- La fonction mémorielle du patrimoine alimentaire renvoie à une mémoire collective, des racines, qui revalorisent un sentiment d'appartenance au territoire.
- Il donne de la valeur à un lieu, il peut être ce par quoi et ce pourquoi nous nous attachons à un lieu.
- Une consécration des ressources agricoles et alimentaires, contribuent à la construction identitaire des territoires, jusqu'à devenir un emblème pour lequel se battent gastronomes et érudits locaux.

Patrimoine alimentaire

- Nous parlons de patrimoine alimentaire pour désigner l'ensemble des **éléments matériels ou immatériels** liés à des productions et à l'univers agricole ainsi qu'à un héritage collectif territorialisé. Il comprend l'ensemble des produits agricoles, bruts et transformés, les savoirs et savoir-faire mobilisés, les modes de distribution alimentaire mais aussi les manières de tables, les formes de sociabilité, et la symbolique alimentaire qui lui sont associés.
- Articulation de deux approches :
 - Une approche sociologique de l'action stratégique
 - Une approche socio-anthropologique articulant les différentes dimensions de l'espace social alimentaire (POULAIN J.-P. 2002)

	Type de patrimoine alimentaire	Exemples	Systèmes d'acteurs
Production	Produits bruts	La châtaigne La truffe La viande	<ul style="list-style-type: none"> - Agriculteurs - Organismes socioprofessionnels agricoles (syndicats, interprofessions, coopératives...) Institutions (chambres d'agriculture...)
	Savoirs et savoir-faire liés à la production Représentations, images, savoirs théoriques et pratiques, comportements, attitudes liés à la production	Savoir ou savoir-faire lié à l'élevage, transhumance des troupeaux, savoir ou savoir-faire cultureux (culture du blé) Images et symboles autour de la production de lait	
Transformation	Produits transformés	Le fromage L'aligot Le foie gras	<ul style="list-style-type: none"> - Entreprises agro-alimentaires - Coopératives Institutions (chambre D'agriculture, chambre des métiers) - Restaurateurs / fermes auberge - Artisans métiers de bouche
	Savoirs et savoir-faire liés à la transformation Représentations, images, savoirs théoriques et pratiques, comportements, attitudes liés à la transformation	Les recettes Savoir-faire autour de la fabrication de plats / de mets Images et symboles autour de la production de Roquefort	



UNIVERSITÉ
DE TOULOUSE
LE MIRAIL



Institut Supérieur du Tourisme
de l'Hôtellerie et de l'Alimentation

<p>Distribution Commercialisation</p>	<p>Savoirs et savoir-faire liés au système de distribution et de commercialisation du produit.</p>	<p>Marchés de pays Vente à la ferme Démarche et politique de distribution Marketing produit</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Entreprises agro-alimentaires - Coopératives - Institutions (chambre d'agriculture, chambres des métiers) - Restaurateurs - Artisans métiers de bouche - Agriculteurs pratiquant la vente à la ferme / marchés de pays
<p>Consommation</p>	<p>Modes de consommation, habitudes alimentaires, manières de tables, objets de la table ...</p>	<p>Temporalité des repas, plats emblématiques...</p>	<p>Le mangeur, le touriste ...</p>

Patrimonialisation

- La patrimonialisation alimentaire renvoie au processus de construction patrimoniale vue comme une dynamique de valorisation et d'interprétation menées par des acteurs.
- Les dynamiques de construction du patrimoine alimentaire consistent à combiner héritage et innovation, stabilité et changement, reproduction et création, et donc à produire du nouveau sens social en prenant appui sur le passé, élaborant ainsi de l'identité.
- Ressource culturelle, le patrimoine alimentaire est analysé comme un vecteur de projet et d'action locale. Il constitue un espace d'innovation donnant à voir de multiples combinaisons créatives.

LA PATRIMONIALISATION ALIMENTAIRE, UN CONSTRUIT SOCIAL

- Le patrimoine se construit, se reconfigure continuellement, il est un **produit social évolutif**, changeant dans le temps. Valoriser le patrimoine consisterait à actualiser, à adapter, à réinterpréter des traits puisés dans l'histoire d'un groupe (savoirs, savoir-faire), c'est à dire à combiner héritage et innovation, stabilité et changement.
- Sur quels fondements s'appuie le processus de patrimonialisation ? Comment se réalise la sélection, le choix de l'objet patrimonial ? Comment les sociétés s'approprient-elles leur patrimoine alimentaire ?
- Construction d'un processus d'appropriation qui engendre des stratégies de valorisation autour des patrimoines alimentaires.

LES FONDEMENTS CONSTITUTIFS DU PATRIMOINE ALIMENTAIRE OU L'EXPRESSION D'UN RÉFÉRENTIEL PATRIMONIAL

Ancrage temporel

- Mémoire collective territoriale
- Mémoire individuelle familiale

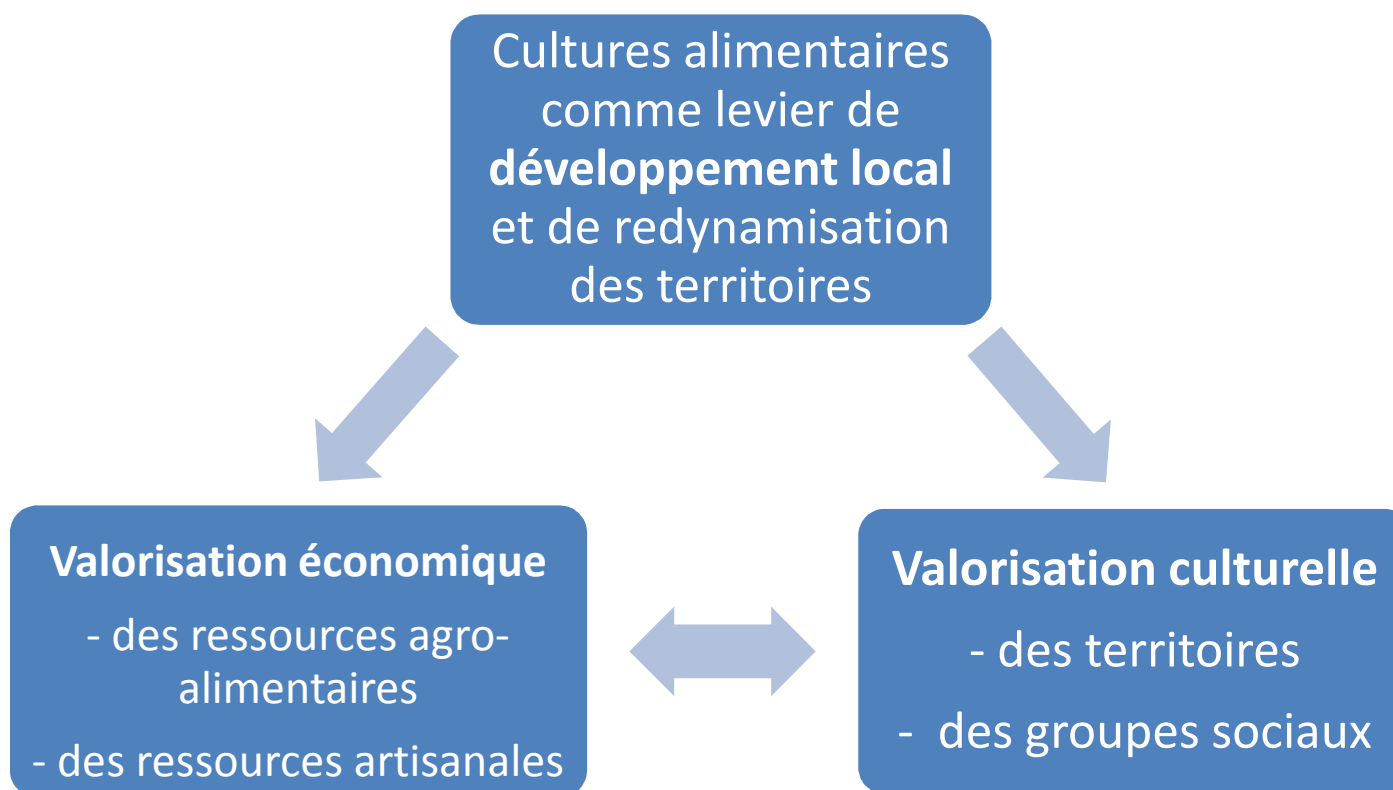
Ancrage spatial

- Dimension géographique
- Dimension socioculturelle

Processus d'appropriation

- Légitimation interne
- Légitimation externe

2 – Patrimoines alimentaires et tourisme, leviers de valorisation économique et culturelle des territoires



PATRIMOINES ALIMENTAIRES, TOURISME ET VALORISATION ÉCONOMIQUE

- **Espace de diversification** et opportunités de dynamisation dans les secteurs de la production agricole, de l'artisanat, des métiers de bouche et des petites et moyennes entreprises agro-alimentaires.
(exemple : agritourisme, vente de produits fermiers, circuits courts)
- **Espace de diffusion**, de médiatisation et de prescription autour des produits alimentaires sur le lieu de vacances *(exemple du tourisme de découverte économique, tourisme artisanal, muséographie...)* mais aussi sur le lieu de vie d'origine des touristes, en dehors des périodes de vacances.

PATRIMOINES ALIMENTAIRES, TOURISME ET VALORISATION CULTURELLE DES TERRITOIRES

Le tourisme soutient aujourd'hui un processus de patrimonialisation qui, après avoir concerné les formes les plus visibles de la culture, s'étend aux produits alimentaires, à la cuisine et aux manières de table.

- Rôle du processus de patrimonialisation alimentaire dans la préservation des cultures locales et dans la dynamisation de l'organisation sociale locale
- Emergence d'une prise de conscience et de formes d'appropriation culturelle dans l'organisation de l'offre touristique : diverses actions de mise en scène de la culture alimentaire sur le marché touristique (*exemple des Sites Remarquables du Goût*)
- Dispositifs de patrimonialisation alimentaire qui oscillent entre logiques identitaires (souci de préservation de sa propre culture) et logiques marchandes (souhait de répondre aux attentes des touristes) : *quel arbitrage opèrent les acteurs de la valorisation entre ces 2 logiques ?*

Le tourisme accompagne la construction et l'évolution des patrimoines alimentaires en agissant sur son renouvellement et sa recomposition. Il intervient dans la construction sociale des patrimoines alimentaires

- Apport d'innovations dans les dynamiques de valorisation patrimoniale alimentaire : innovations technologique, innovation produit, innovation organisationnelle, innovation sociale (*ajouts d'ingrédients, invention de nouvelles recettes etc..*)
- Redéfinition des cultures alimentaires au contact du tourisme : rencontre interculturelle qui se traduit par des effets de négociation (*logique d'adaptation*) et / ou de confrontation (*logique de résistance ou d'opposition*)

3. Exemple de recherche : L'innovation dans la valorisation des patrimoines alimentaires

- Lieu de projets et d'actions de mobilisation,
 - Objet de dynamiques d'innovation territoriale,
 - Logique de perpétuation et de reproduction versus logiques d'invention, de recomposition et d'innovation
- Entre héritage et **innovation**, entre histoire et avenir, les patrimoines alimentaires se reconfigurent, et se positionnent comme des construits sociaux, des productions collectives issues des territoires et des groupes.

Comment l'innovation investit-elle le processus de patrimonialisation, ici alimentaire ?

Innovation

- L'innovation peut être considérée comme l'introduction d'une nouveauté dans une chose établie (relativité de l'innovation).

- 2 formes d'innovation :
 - l'innovation de rupture entraînant de grandes modifications quant aux conditions d'utilisation par le consommateur ou l'utilisateur ;
 - l'innovation incrémentale n'entraînant que peu de changement dans les pratiques du consommateur ou de l'utilisateur.

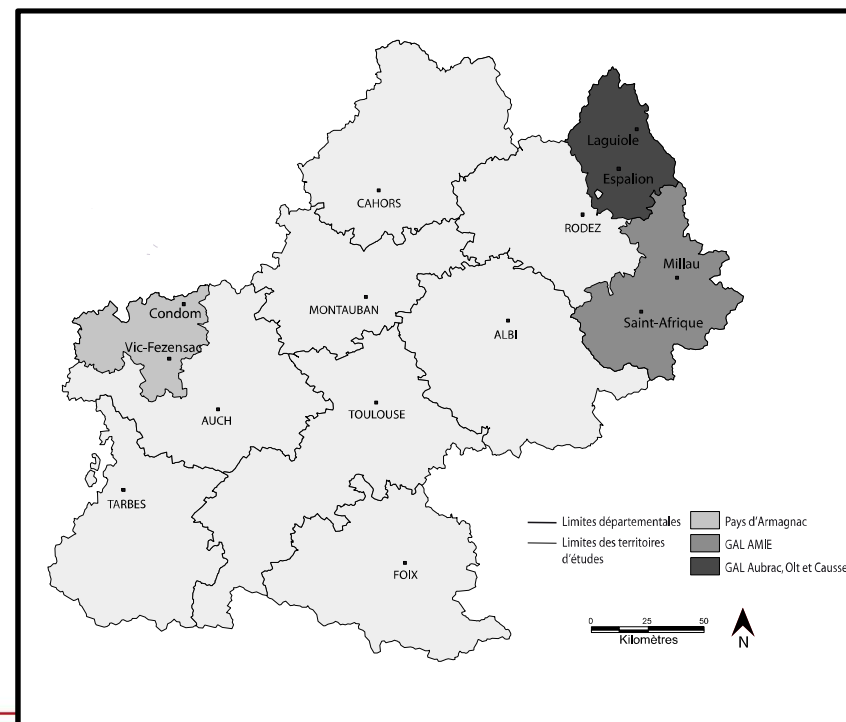
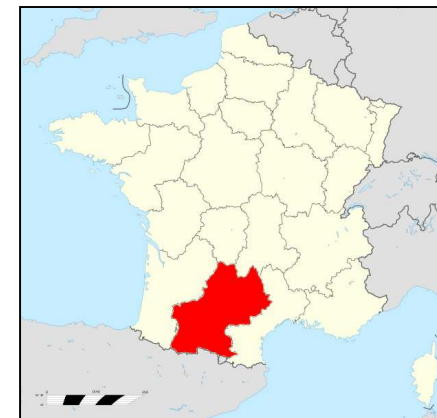
- L'innovation renvoie à un processus de création et de recomposition. Elle est le résultat d'un produit social et territorialisé.

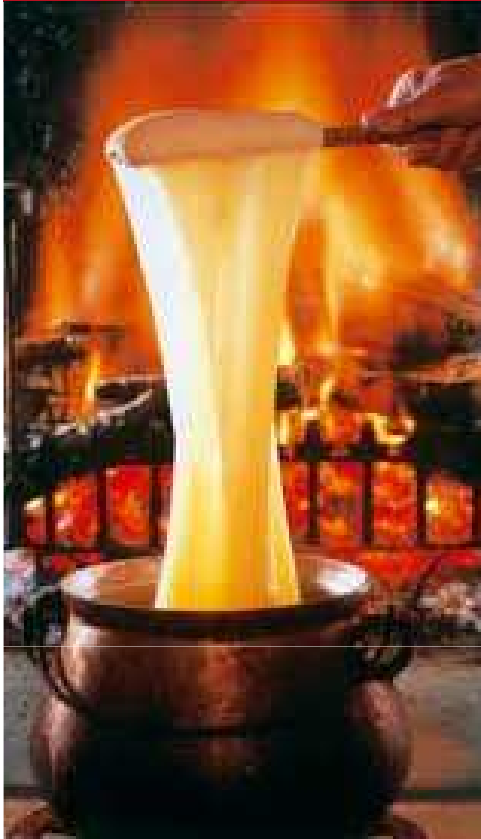
Trois territoires ruraux Midi-Pyrénéens :

- GAL Aubrac, Olt et Causses (Nord Aveyron)
- GAL Association pour la Modernisation et l'Innovation Economique AMIE (Sud Aveyron)
- GAL Pays d'Armagnac (Gers)

Territoires engagés dans Leader + sur la thématique « *valorisation des produits locaux* »

Territoires à fortes potentialités patrimoniales et agro-alimentaires.





Méthodologie

Approche qualitative :

30 entretiens sur chaque territoire



- Acteurs socio-professionnels impliqués dans les stratégies de valorisation patrimoniale alimentaire (restaurateurs, directeurs de coopératives, d'entreprises agro-alimentaires etc..),
 - **Objectif** : recueillir les parcours individuels et professionnels, perceptions de l'innovation et manière de la mettre en œuvre

- Acteurs du développement territorial (élus locaux, responsables d'associations, Offices de tourisme etc...),
 - **Objectif** : recueillir les visions de l'innovation en particulier en relation avec leur territoire.

Quelques résultats :

1 – Principaux facteurs influant sur le processus de construction de l'innovation : sources de l'invention patrimoniale alimentaire et leviers d'appropriation de nouvelles pratiques sociales.

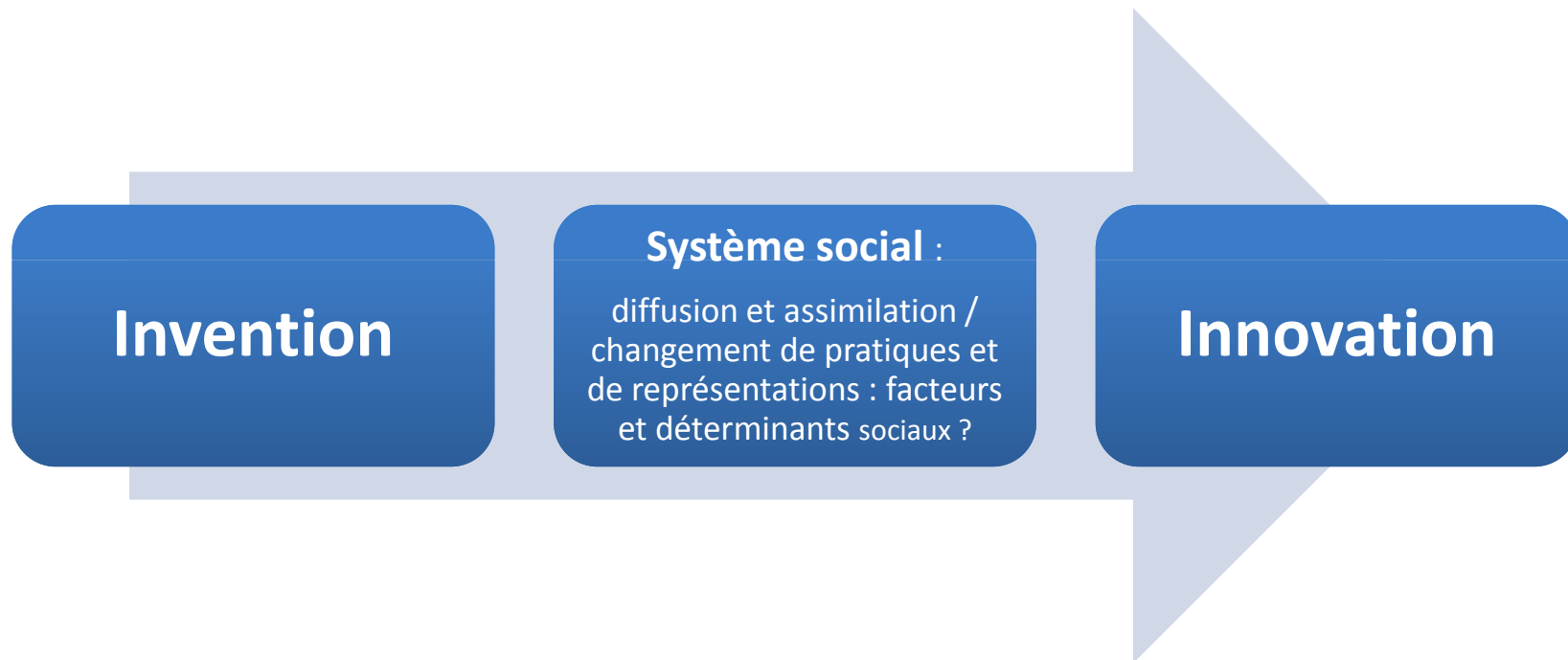
En quoi et comment une invention ici, spécifiquement associée à l'univers des patrimoines alimentaires se diffuse, se propage, s'accepte comme une innovation ? D'où partent les innovations ? Quels chemins empruntent-elles ?

2 – Articulation entre innovation et patrimonialisation alimentaire : analyse du rapport à la tradition comme influant dans les stratégies d'innovation observées.

En quoi le patrimoine alimentaire peut-il être source de division et de désunion sociale ? Quelles représentations contradictoires ?

A. « LES CHEMINS DE L'INNOVATION ».

FONDEMENTS ET SOURCES DE L'INNOVATION PATRIMONIALE ALIMENTAIRE



Innovation = invention qui s'insère dans un système social (Alter, 2002)

A la source de l'invention patrimoniale alimentaire

Une volonté de rupture

- Fracture dans un parcours professionnel ou personnel
- Situation de difficulté, d'échec, de fragilité ou de peur

Ex : L'obtention de labels ou l'intégration de démarches qualité : « Après la crise de la vache folle, on a dû se spécialiser dans la race Aubrac. Et on s'est replié sur des réseaux de commercialisation en quête de traçabilité et de qualité. On est arrivé au bon moment ; en fait, notre succès est parti de la vache folle. Ça a été le déclencheur. » Charcutier, GAL Aubrac Olt et Causses, Nord Aveyron.

- Désir de différenciation, par opposition à un système jugé dominant et oppressant, rompre en partie au moins avec les règles et normes établies

Ex : lancement de nouveaux produits / initiatives de valorisation dites « alternatives » : « Plus les choses allaient et moins je me trouvais à l'aise dans mon travail, c'est comme si j'allais à l'usine, entre le travail et ce que j'avais dans la tête, je croyais faire l'inverse de ce que je pensais. (...) Petit à petit, je me suis sentie mal à l'aise, je suis partie du GAEC en 2000 et je me suis lancée dans la fabrication de yaourts. » Productrice de yaourts, GAL AMIE, Sud Aveyron.

Les mobilités

Mobilités professionnelles, mobilités touristiques ou de loisir, mobilités résidentielles :

- **Changement et renouvellement** dans les stratégies de valorisation patrimoniale. Regard neuf et extérieur : apport de nouveauté ou différenciation qui se construit dans la confrontation, dans la comparabilité sociale, territoriale ou encore à la marge : mécanismes de métissages et d'emprunts issus de voyages d'études, de déplacements ou d'observations extérieures.
- **Les touristes** : reconnaissance des produits et des ressources à l'échelle locale. Levier de réappropriation locale, en réactivant ou en impulsant un nouveau regard sur le patrimoine alimentaire.
- **Les « experts » ou « penseurs »** des territoires, sollicités à des fins de conseils, d'accompagnement ou de revitalisation territoriale. Cabinets d'études, consultants, chercheurs, enseignants du supérieur, constituent autant d'outils de déclenchement de l'innovation. (Ex : Aubrac : rôle « électrochoc » joué par l'auscultation scientifique commanditée par le CNRS dans les années 70)

L'esprit de création

- **Esprit de création** et **conviction** personnelle, facteurs incontournables de l'innovation.

Ex : « On est ici sur le Larzac dans une ferme où je me suis installé en 1975 et qui faisait l'objet de l'extension du camp militaire. Je m'y suis installé pour conserver la vocation agricole des lieux, pour lutter contre le camps. » Producteurs d'apéritifs régionaux, GAL AMIE, Sud-Aveyron.

- **Esprit d'ouverture, d'échange** / circulation d'idées et de concepts. Sorte de « culture de l'innovation » = capacité d'ouverture d'esprit, caractérisée par la volonté incessante d'inventer, de créer ou d'avancer. Talent, ingéniosité ou curiosité semblent indispensables dans la production d'invention alimentaire et donc d'innovation. Ex : L'esprit « Bras »

- De nombreux innovateurs se définissent avant tout comme des inventeurs marqués par des « croyances ». Dotés d'une certaine force psychique de conviction et de persuasion, ils véhiculent auprès des autres de nouvelles façons de penser, d'agir et de faire.

Appropriation collective, acquisition de nouvelles pratiques sociales

- Appropriation collective par l'acquisition de nouvelles pratiques autour du patrimoine valorisé.
- Moment qui traduit la rencontre entre une nouveauté et un groupe social.
- Transformation de l'invention en innovation.

*Quelles sont les conditions de l'appropriation sociale ?
Qu'est-ce qui facilite le passage de l'invention en innovation ?*

L'ancrage au temps et à l'espace

Ancrage temporel

- Le **passé** et la **tradition** semblent nourrir l'innovation et le projet
- Phénomènes **d'imitation** et de **copiage** qui relèvent plus de pratiques antérieures, que d'une réelle forme de création. « *La moutarde ce n'est pas une invention, c'est un produit ressuscité ici ; les vieux trucs, c'est une vraie ressource.* »
Agriculteur, producteur de moutarde, Pays d'Armagnac, Gers
- Patrimoine : point d'appui, levier à l'innovation et à d'autres démarches d'invention ou de création alimentaire.

Ancrage spatial

- Le **territoire** et le **terroir** favorisent la diffusion et l'appropriation de nouvelles pratiques.
- Caractéristiques géographiques et culturelles du lieu.
- Terroir défini comme lieu privilégié d'expérimentation et d'anticipation.
- *Ex* : chez Michel et Sébastien Bras en Aubrac, l'innovation s'appuie sur le **rapport au lieu**, sur une certaine vision du terroir d'appartenance.

La présence de réseaux

Réseaux informels

- Se tissent, dans **l'interconnaissance**, la proximité sociale et culturelle des individus mais aussi dans les logiques de mobilités géographiques et sociales des acteurs
- L'innovation se construit dans **l'interaction**, autour d'individus qui se côtoient et qui ont des réseaux commun. Ex : Réseaux associatifs dans le Sud Aveyron, Amicalisme aveyronnais.

Réseaux formels

- **Partenariats techniques**, technologiques, de qualification, de contrôle, de conseils et appui aux projets.
- **Réseaux des filières** de produits agro-alimentaires sous signes officiels de qualité (IGP, AOP, label rouge), partenariats de prestataires touristiques, réseaux agricoles, ou ceux du développement local.
- **Institutionnalisation** des pratiques innovantes, favorisant leur appropriation.

La présence d'acteurs relais

- Acteurs « **leaders** », acteurs influents, « **passeurs** » d'innovation,
- Porteurs sociaux, ou facilitateurs d'innovation, qui par leur légitimité ou crédibilité sociale contribuent grandement à la diffusion de l'innovation.
- Appartiennent aux institutions locales (organismes agricoles, structures de développement) ou à la société civile locale, dans la frange la plus en contact avec l'extérieur (élite, anciens migrants, entrepreneurs, militants associatifs, notables).
- Sorte de courroies de transmission entre le monde extérieur et le territoire.
- Porteurs d'une assise socio-économique ou politique.

En Aubrac par exemple, André Valadier, élu local, régional, responsable du comité des produits laitiers à l'INAO (Institut National des Appellations d'Origine) pendant de nombreuses années, a joué auprès de la coopérative Jeune Montagne notamment, mais aussi auprès d'autres acteurs locaux du monde agricole et socio-économique. le rôle de leader, de révélateur, de « conscientiseur » pour le territoire.



B. CONFRONTATIONS ET DIVERGENCES AUTOUR DE L'INNOVATION PATRIMONIALE ALIMENTAIRE

Processus d'innovation patrimoniale alimentaire :

- **Lieu de ruptures**, de **conflits**, de remise en cause des régulations antérieures et des certitudes.
- Obstacles et freins, donnant à voir des **représentations contradictoires** notamment dans le rapport à la tradition et à l'héritage.
- Si l'identification du patrimoine recouvre le plus souvent une dimension unitaire ou unificatrice, elle peut aussi être source de division et de désunion sociale.

➔ Articulation patrimonialisation alimentaire / innovation : **typologie de processus** qui rend compte des liens et du rapport existant entre continuité et changement, entre tradition et modernité.

1. Processus traditionnaliste

• Tradition > innovation

- La patrimonialisation est assimilée à la tradition
- Logique de transmission, de reproduction, d'héritage

- L'**innovation** n'existe pas ou peu : quand elle existe, il semblerait qu'elle soit à dominante commerciale ou marketing

« Je me suis bien gardé d'innover, je ne changerais pas. Je n'ai pas changé, je n'ai pas agrandi. Je reste ce que je suis et je garde ce que l'on m'a transmis. » Boulanger, GAL Pays d'Armagnac, Gers

2. Processus innovateur

• Innovation > tradition

- Dissolution ou perte des éléments patrimoniaux
- Logique de création, d'invention, de composition
- L'innovation est présente, dominante, diluant la tradition : tradition, outil de communication

- L'**innovation** est surtout une innovation produit, une innovation technologique ou process

« Mon patrimoine, c'est ce que j'invente tous les jours en fonction des émotions ressenties, j'assemble des éléments, des produits nouveaux. Mon patrimoine n'est pas celui de mes grands-mères, ce n'est surtout pas le jambon et la nappe à carreaux ! Moi, j'invente pour répondre à mes clients. J'utilise aussi des nouvelles machines » Restaurateur, GAL Aubrac Olt et Causses, Nord Aveyron.

3. Processus hybride

• Innovation = tradition

- Patrimonialisation au centre d'un processus de construction, ancrage préservé soit par la matière première, soit par le savoir-faire
- Logique de métissage, de combinaison, de réactualisation, de syncrétisme
- Articulation, adaptation, ajustement de deux processus imbriqués (patrimoine / innovation)

- L'**innovation** s'avère à dominante organisationnelle, sociétale et structurante

« Quand, j'ai repris l'affaire de mes parents, j'ai repris leur manière de faire la cuisine et j'ai essayé d'aller plus loin, d'apporter quelque chose, de nouvelles façons de travailler le produit. Moi, je ne vais pas chercher des produits ailleurs. Je fais une glace au fromage de Laguiole que je sers avec des truites et des farçons. Ce sont des produits qui sont typiques d'ici mais que l'on fait différemment. » Restauratrice, GAL Aubrac Olt et Causses, Nord Aveyron.

Conclusion

L'innovation patrimoniale alimentaire :

- Au coeur des dynamiques de développement des territoires
- Portée par la création ou l'invention personnelle, résultat d'une adhésion collective et appropriation de nouvelles pratiques par un groupe social.
- Co-construction sociale qui participent à la mise en place de projets locaux de valorisation.

Pour aller plus loin :

BESSIÈRE J. (sous la dir.), Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural, Editions QUAÉ, Montpellier, Dec. 2012



UNIVERSITÉ
DE TOULOUSE
LE MIRAIL

