

On peut évoquer l'association qui se réalise au sein du courant écologique entre protection animale et attitude végétarienne. Or, élever des animaux ne consiste pas seulement à les protéger, mais in fine à les tuer et à les faire manger. La renommée d'une race à travers son effectif est liée à ce processus et si son sous-produit viande est de mauvaise qualité, on favorise même l'équarrissage des veaux (prime dite « Hérode ») pour maintenir l'industrie laitière et protéger les grandes races allaitantes. L'idée selon laquelle certaines races et pratiques d'élevage permettent aussi d'entretenir des paysages semble totalement exclue du champ de la pensée politique.

À cela s'ajoutent des raisons sociologiques qui aboutissent à museler des initiatives gênantes pour une majorité d'institutions. Pour me faire comprendre, je prendrai le cas de la race Ferrandaise dont le lait servait avant-guerre à fabriquer le saint-nectaire fermier. Sa disparition précoce au profit de la Pie Noire et la dégradation des pratiques réglementaires de transformation du lait ont entraîné la captation de la rente fermière par l'industrie laitière clermontoise. On comprend aujourd'hui l'intérêt manifesté par cette métropole pour inscrire ce patrimoine bioculturel dans le parc des Volcans qui lui est attenant.

Deux voies s'ouvrent aux projets de conservation des quelques centaines de Ferrandaises résiduelles qu'on y trouve :

- une voie strictement paysagère et emblématique consistant à l'utiliser comme allaitante pour brouter l'herbe des « jardins de Vulcain ». Cette voie est inscrite dans l'imaginaire local puisqu'un édile politique local la qualifiait avant-guerre de « seule grande race nationale, blanche et rouge sous le ciel bleu » (ligne du dos blanche et flancs colorés) ;

- une voie centrée sur le produit fromager et l'histoire, que souhaiteraient développer des éleveurs conservateurs en pratiquant la traite de leurs vaches. Ils se fondent sur les aptitudes laitières et la rusticité de la race qu'ils estiment supérieures à celles de la Salers.

En fait, seule la voie paysagère qui fait de la Ferrandaise une race « écologique » tout juste bonne à entretenir des espaces abandonnés a droit de cité ; la voie fromagère et historique que les éleveurs conservateurs de la race voudraient promouvoir technologiquement n'est pas prise en considération dans un contexte marqué par l'urbanité et l'oubli de la ruralité ancienne, ou le refus de l'assumer.

Ces observations conduisent à revenir sur les relations entre une race, et un type de filière et les éléments du corps social qui leur sont associés. Ces relations évoluent rapidement avec le temps, mais restent inscrites dans la mémoire des individus et des groupes. Ce commentaire se rapporte à la fois aux deux derniers leit motiv de la litanie politique : la durabilité (temps) et la « traçabilité » (lieux) à travers des échelles de pensée et d'action. Elles dépassent bien sûr les mots clés de l'action envisagée : paysage et produit, mais éclairent le champ de leur interaction.

BERTRAND VISSAC

1 R. Brunet 1993. *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique*. Reclus. Montpellier

2 *Encyclopedia Universalis. Thesaurus*. Vol. 19

3 G. Sautter 1993. *Problèmes rencontrés en Afrique noire et à Madagascar pour intégrer la connaissance locale des milieux naturels et de l'utilisation du sol*. In : *Parcours d'un géographe*. Arguments, Paris, 708 p.

Le terme de terroir au sens strict est « un lieu défini par des qualités physiques particulières : pente, exposition, nature du sol¹ » (terroir de vallée, de versant, argileux). Dans une acception élargie un terroir est « un espace, soumis à certaines techniques agricoles culturelles ou d'aménagement (terroir irrigué, assolé, en terrasses²) ». Il est aussi le lieu d'un produit agricole particulier (produit de terroir).

Selon les deux derniers points de vue, le terroir apparaît comme le fruit d'une organisation locale, singulière, des facteurs du milieu naturel et d'un mode de mise en valeur de ce milieu.

Au-delà de ces définitions, ne peut-on avancer une conception du terroir qui ait un sens au regard du développement durable ? Telle est la question que m'a suggérée la lecture du texte de Lucette Laurens.

Un terroir associe des acteurs – leurs histoires, leurs organisations sociales –, des activités, notamment des pratiques agricoles, définies comme des modalités concrètes et singulières par lesquelles les agriculteurs mettent en œuvre les techniques, et une portion de territoire avec ses caractéristiques écologiques, ses configurations de forme, d'étendue, de voisinage, et avec ses paysages.

Ces composantes du terroir sont en interactions dynamiques, et une façon d'établir un lien avec le développement durable n'est-elle pas d'introduire la notion de projet ? Un terroir serait alors une portion de l'espace rural, dans lequel des hommes cherchent à résoudre un problème de mise en valeur du territoire et à élaborer, à partir des ressources renouvelables une « production particulière ».

Ainsi conçu, le terroir présente diverses propriétés.

Unité spatiale d'un projet, il peut être une unité d'action et de gestion. Un bassin versant, le bassin d'alimentation d'une source polluée, un territoire où la forêt est fréquemment soumise aux incendies, une vallée qui s'enrichit ou qui est « mitée » par des constructions anarchiques, l'aire d'une ressource particulière, ne sont pas, a priori, des terroirs au sens précédemment proposé. Ce sont des unités écologiques, hydrauliques, de végétation ou de paysage. Ces territoires deviennent des terroirs dès lors qu'il y a une organisation économique et sociale pour chercher une solution, lever une contrainte ou valoriser une ressource.

Ce qui fait l'unité du terroir, c'est le « concernement » des hommes à l'égard du projet. De la perception qu'ils en ont, dépend la mise en œuvre d'une organisation sociale pour réaliser le projet.

Le terroir peut avoir une vie courte, celle de la mise en projet et de la mise valeur. Mais dans certaines conditions et pour certains types de problèmes, le terroir peut acquérir une profondeur historique. « Une culture technique territorialisée peut s'élaborer progressivement. Alors le temps court de la production interfère avec le temps long des héritages où naturel et culturel se mêlent inextricablement. Le groupe humain peut prendre forme de société locale³ ». Il y a construction d'un espace organisé.

La dimension locale du terroir est claire, mais les influences globales sont multiples et complexes, spatialisées ou non. La question de la limite

d'étendue territoriale et de la dimension démographique du terroir est posée. N'y a-t-il pas des problèmes écologiques et économiques qui s'identifient à de larges espaces et auxquels peuvent correspondre des organisations sociales : le bassin d'un fleuve, une zone frontière, la couronne périurbaine d'une agglomération, par exemple ?

Parmi les lieux choisis en 1992 par le ministère de l'Environnement pour bénéficier d'un label « Paysage de reconquête », nombreux sont ceux définis par un produit remarquable.

Dans ce cas, au sein du terroir, s'élaborent conjointement et simultanément un produit et un paysage. En confectionnant un produit au moyen de pratiques, les acteurs créent ou transforment les paysages. Il y a coproduction indissociable d'une qualité du produit et d'une qualité du paysage. Les mécanismes de coproduction sont mal connus ; il y a là un champ de recherche à développer.

Mais s'ils sont cofabriqués, le produit et le paysage sont aussi tous deux consommés. Peut-on caractériser, schématiquement, les relations qui s'établissent alors entre un produit et un paysage dans un terroir ?

Le produit évoque le paysage qui valorise le produit.

L'évocation se manifeste sous forme d'objets paysagers ou de traits particuliers du paysage ou encore d'un paysage dans son ensemble. Par exemple, en faisant référence à un des « paysages de reconquête » retenu, l'olive de Nyons évoque l'arbre, l'olivier, ou les parcelles d'oliviers aux formes irrégu-

lières en terrasses ou en forte pente ou encore les taches gris-vert des oliveraies imbriquées dans une mosaïque complexe de vignes, de champs d'abricotiers et de lavandes, de bois épars et de mas dispersés. À l'horizon, se dessine peut-être la silhouette du mont Ventoux ou la crête de la Lance.

Pour la promotion du produit sont mobilisées des représentations particulières du paysage. Qui fait le choix de ces images ? Sur la base de quels raisonnements et de quels traits du paysage se construisent-elles ?

Ces images vont s'inscrire sur des supports divers pour assurer leur diffusion. De cette diffusion dépendra l'efficacité dans la valorisation du produit.

La promotion du produit peut aller jusqu'à la définition d'un paysage de commande, c'est-à-dire un paysage qui soit en correspondance avec une stratégie industrielle ou autre. C'est le cas d'une entreprise de production d'eau minérale qui, ayant développé une image commerciale de son produit, cherche à créer dans l'aire de protection de la source d'eau, un paysage plus conforme à cette image que le paysage actuel. Pour cela, elle développe une stratégie d'achat foncier et des négociations avec les acteurs pour qu'ils adoptent de nouvelles pratiques d'utilisation du territoire.

Le choix des modalités par lesquelles le paysage participe à la valorisation du produit fait partie du projet de terroir.

Les relations qui s'établissent entre un produit de terroir et son lieu d'origine ne préfigurent-elles pas



Venterol, petite route pour Nyons.

des modèles de « traçabilité » des produits alimentaires qui est une préoccupation d'actualité ?

Réciproquement, le paysage évoque le produit qui contribue à l'identification du paysage.

Le paysage du terroir est en effet fortement spécifié, singularisé par la référence à un produit.

Pour reprendre l'exemple du terroir de Nyons, le visiteur devant le paysage du lieu peut associer à la vision des oliveraies le goût particulier des moelleuses olives noires, les « tanches », mais aussi les différentes huiles d'olive et les moulins à huile qu'il a sans doute visités, de même que la scourtinerie qui fabrique les paniers ronds, les « scourtins », dans lesquels sont disposées les olives pour le pressage.

Bref, un élément du paysage, l'oliveraie, et sa configuration dans le territoire se trouvent ainsi associées, pour le passant, à une connaissance compréhensive et fonctionnelle de divers aspects de la filière du produit.

Selon la connaissance que l'on a de l'un ou de l'autre, du paysage ou du produit de terroir, les

consommateurs de l'un peuvent devenir consommateurs de l'autre.

Le sujet est complexe et représente un champ de recherche à développer. Mais, de cette brève réflexion, il apparaît que le terroir est une échelle à laquelle peuvent s'établir des relations entre une approche « horizontale » du développement en termes de territoire et une approche « verticale » en termes de filières.

Le terroir dans le sens d'un espace local qui « s'empaysage » et où émerge une culture technique pour l'élaboration d'un produit est sans doute le cadre d'un enjeu majeur du développement durable dans la mesure où des projets qui s'y déroulent dépendent la pérennité du territoire et des ressources.

JEAN-PIERRE DEFFONTAINES

Unité Sad Versailles-Dijon-Mirecourt,
Inra, route de Saint-Cyr, 78026 Versailles cedex
