

Institut d'économie rurale

Antenne romande

GR-Ecublens, 1015 Lausanne

Le lien au terroir

Bilan des travaux de recherche

Co-financé par l'Office fédéral de l'agriculture

Dr Dominique Barjolle

Stéphane Boisseaux

Martine Dufour

Mai 1998

Cette synthèse n'aurait pas vu le jour sans la participation de plusieurs experts qui ont bien voulu répondre à nos questions sur le lien au terroir, l'origine, la typicité. Leurs réflexions ainsi que nos lectures sont les piliers de ce travail. Nous remercions pour leur précieuse collaboration Mesdames L. Bérard, M. Faure, M.-T. Letablier, F. Lorenzi, L. Steffen et A. Vakrou, Messieurs J. Audier, L. Bertozzi, D. Bonnot, O. Bosset, J. Bourgeois, H. Briand, D. Corroler, G. Dayer, A. Delacroix-Buchet, J. L. Errekato, A. Fearne, P. F. Fox, P. Grütter, C. ter Haar-Schröder, L. Herrero Alamo, J.-M. Hofmann, J. Janin, B. Jeangros, L. Lagrange, P. Lavanchy, S. Lüthi, P. Marchenay, J.-C. Martin, F. Marty, J. Mesnier, H. van der Meulen, D. Riccard, A. Schmutz et J.-M. Touzard.

Table des matières

PARTIE I : COMMENT COMPRENDRE LE LIEN AU TERROIR ?

I. Introduction et problématique	6
1.1 Au delà des évidences	6
1.2 Enjeux du lien au terroir.....	7
1.3 Buts du travail	7
II Caractérisation du lien au terroir	8
2.1 Le terroir et ses dimensions physiques et humaines	8
2.2 La typicité à la croisée du temps et de l'espace.....	9
2.3 Le lien au terroir.....	10
III L'approche physique	11
3.1 Les recherches microbiologiques sur les fromages.....	11
3.2 Les recherches biologiques, physiques ou chimiques sur le lien entre la provenance de la matière première et un produit	11
3.3 Qu'est ce qu'un terroir physique homogène?.....	12
3.4 Les limites d'une approche purement physique.....	12
3.5 Evaluations sensorielles	13
IV L'approche humaine	14
4.1 des savoir-faire partagés et inscrit dans un lieu	14
4.2 La tradition	15
4.3 L'histoire.....	15
4.4 La patrimonialisation des produits	17
4.5 Construction sociale de la typicité	18
4.6 Les éléments fondateurs de l'identité et le développement des produits.....	19
4.7 Réputation et IGP	19

Partie II : le lien au terroir dans la demande d'enregistrement

1. L'exigence de lien au terroir dans la demande	22
2. Conditions préalables au droit à la protection	22
2.1 Représentativité du groupe demandeur	22
2.2 Appellation qui désigne le produit	23
3. Le lien du produit avec le terroir	23
3.1 Eléments de preuve possibles pour les AOC	23
3.2 Eléments de preuve possibles pour les IGP	24
3.3 La traçabilité.....	24
4. La description du produit	25
4.1 Les caractéristiques spécifiques ou non du produit.....	25
4.2 la typicité du produit	25

5. La description de la méthode d'obtention	26
5.1 Les caractéristiques de la fabrication	26
5.2 Les caractéristiques typiques de la fabrication	26
6. La description de la zone géographique	26
Bibliographie.....	28
Aspects physiques du lien au terroir	28
Aspects sociaux, économiques, politiques et historiques	31

Liste des figures

FIGURE 1: Les dimensions du terroir.....	8
FIGURE 2: Le terroir entre des composantes humaines et physiques.....	9
FIGURE 3: Typicité, spécificité ou caractéristique d'un produit.....	9
FIGURE 4 : L'Histoire du Gruyère.....	17

Partie I

Comment comprendre le lien au terroir ?

I. Introduction et problématique

L'ordonnance suisse sur les Appellations d'origine contrôlée (AOC) et les Indications géographiques protégées (IGP) exige de tout produit demandant une appellation d'origine contrôlée ou une indication géographique protégée une *typicité liée au terroir*. Mais qu'est ce que ce lien au terroir? Comment le comprendre, comment l'apprécier?

1.1 AU DELA DES EVIDENCES

L'effet terroir

Quand on parle de lien au terroir, la première *interprétation* qui vient le plus souvent à l'esprit (et qui est certainement le résultat de "*l'effet terroir*" dont on parle abondamment en viticulture) est le fait qu'un produit a des caractéristiques sensorielles particulières (goût, texture) qui sont dues au milieu physique où il est produit.

On affirmera ainsi que si un fromage a un goût qui lui est propre, c'est parce qu'il est produit avec un lait donné par des vaches qui se nourrissent d'un herbage spécifique à une région. On raconte aussi que le jambon de Parme doit son aptitude de conservation, son expression aromatique et sa texture au climat sec et venteux des piémonts parmesans.

Cette interprétation est toutefois plus facilement invoquée pour les produits végétaux dont l'influence du sol et du climat paraît être directe. On dira par exemple que la jutosité d'une pomme est due au fait que l'arbre pousse sur tel type de sol et dans des conditions climatiques particulières, ou que les lentilles vertes du Puy doivent leur couleur au micro-climat de la région qui les fait sécher avant qu'elles ne parviennent à maturité.

Si ce lien à un terroir naturel est souvent revendiqué, il est resté jusqu'à maintenant difficilement démontrable et explicable, même en viticulture où le lien entre la qualité d'un vin et l'excellence d'un terroir est souvent décrit comme une évidence. Des chercheurs, comme J.-M. Touzard et J.-C. Martin à l'INRA de Montpellier, font ainsi recours à l'idée de *boîte noire* pour parler du terroir qui donnerait aux vins un goût particulier, parce qu'ils ne savent ni comment ni pourquoi ce lien existe. Les intrants sont connus, un résultat est obtenu, mais ce qui s'est passé au milieu reste un mystère.

Les limites d'un lien au terroir uniquement physique

Un lien qui se fonderait uniquement sur le terroir physique, pédo-climatique a de toute façon ses limites, parce qu'il n'est pas le seul à intervenir dans le devenir d'un produit. Si un terroir a un potentiel agronomique particulier, faut-il encore qu'il soit exprimé, révélé par des techniques précises de production. Ces pratiques techniques, ces modes d'élaboration imaginés par des hommes au fil du temps vont influencer la production et intervenir à des degrés divers dans les caractéristiques finales du produit. Leur importance dépend des situations et des types de produit.

Si l'on reprend l'exemple de la culture des fruits et légumes où "l'effet terroir" paraît le plus évident, on constate que ces cultures sont aussi le résultat de pratiques humaines, de savoir-faire. Ces techniques peuvent répondre à des contraintes physiques, environnementales (culture en terrasse sur des terrains en pente), ou être la conséquence d'habitudes, d'usages locaux, de goûts. L'homme choisit par exemple de tailler les arbres de façon à obtenir des fruits plus gros parce que l'usage qu'on en fait donne la préférence à un fruit de calibre important. La pratique de cueillir des fruits avant leur maturité peut répondre à des exigences de transport ou de conservation, plutôt qu'à une exigence environnementale.

Roger Dion, cité par L. Bérard et P. Marchenay (*Terrain*, 1995), conteste ainsi le poids des facteurs pédologiques dans les terroirs viticoles en faisant remarquer que la qualité des vins est l'expression d'un milieu social et de ce qu'il appelle le "vouloir humain". Et il conclut: "Aussi, le rôle du terrain dans l'élaboration d'un grand cru ne va-t-il au-delà de celui de la matière dans l'élaboration d'une œuvre d'art".

L'importance des savoir-faire et des pratiques

L'importance des pratiques et des techniques est toutefois généralement plus manifeste pour des produits transformés. La "recette" de fabrication d'un fromage est aussi importante que le lait utilisé, la manière de fabriquer une saucisse aussi capitale que sa matière première (la viande).

Certains des éléments de la recette seront directement des adaptations à des *contraintes physiques, environnementales* (fromage au lait cru dans les régions pauvres en bois, qui ne permettaient pas de chauffer le lait et le caillé à des températures très élevées). D'autres aspects de la recette pourront répondre à des *contraintes techniques* (une couche de charbon était appliquée sur le caillé du Morbier pour éviter que le fromage ne s'altère en attendant d'y rajouter une autre moitié fabriquée avec le lait de la seconde traite), à des *contraintes économiques* (les meules d'Emmental pèsent près de 100 kilos parce que les fromages étaient autrefois taxés à la pièce plutôt qu'au poids) ou à des *contraintes culturelles* (dans les Alpes suisses, le produit fabriqué devait être un fromage de garde puisqu'il ne pouvait être descendu quotidiennement au village; que le résultat soit un fromage à pâte dure plutôt qu'un fromage frais n'est donc pas surprenant).

On voit donc que les techniques de fabrication et les caractéristiques finales du produit n'ont pas forcément un lien avec le terroir agronomique, mais aussi avec des nécessités socio-économiques, humaines. On constate que le lien au terroir est loin d'être manifeste, qu'il ne saute pas aux yeux, qu'il ne s'impose pas de lui-même.

1.2 ENJEUX DU LIEN AU TERROIR

Le lien au terroir est un élément déterminant pour le droit à la protection des Appellations d'origine. Identifier les éléments qui fondent ce lien devrait permettre d'éviter des dérives de production afin que le produit AOC ou IGP conserve sa typicité. Le consommateur cherche à retrouver un aliment qu'il a autrefois savouré ou qu'il savoure encore, et dont il veut reconnaître le goût, la texture, l'aspect, voire le mode de fabrication et l'origine.

De son côté, le producteur veut aussi une garantie que son savoir-faire ne sera pas délocalisé pour être approprié par des fabricants qui veulent profiter de la notoriété d'un produit. Le système de fabrication fait partie d'une région avec ses caractéristiques naturelles, ses paysages, ses hommes et leurs savoirs, et il doit garder ce lien avec son aire d'origine.

Les professionnels doivent donc, au delà du droit à la protection du nom, trouver les éléments qui forment l'identité du produit et mettre en évidence le caractère régional de la production.

1.3 BUTS DU TRAVAIL

Le concept de lien au terroir a de multiples interprétations qui peuvent être contradictoires sans pour autant être fausses. L'histoire individuelle de chacun de nous, notre formation professionnelle, nos repères nous conduisent inévitablement à avoir une interprétation intuitive de ce qu'est le lien au terroir, à lui donner une signification qui nous paraît universelle mais qui diffère pour chacun de nous.

Or il nous faut un langage commun car il est important d'avoir une compréhension comparable de ce que peut être ce lien au terroir. Il est donc nécessaire de créer un espace collectif d'interprétation, de compréhension, de justification de ce concept aux multiples facettes.

Un cadre d'interprétation de ce que peut être le lien au terroir peut par ailleurs contribuer à créer une "culture suisse des AOC". Une telle "culture" aurait l'avantage de permettre aux praticiens, aux professionnels, aux experts et aux consommateurs de savoir de quoi on parle lorsqu'on dit AOC ou IGP.

II Caractérisation du lien au terroir

2.1 LE TERROIR ET SES DIMENSIONS PHYSIQUES ET HUMAINES

De notre introduction, il ressort que le terroir n'est pas seulement une entité avec des caractéristiques agronomiques et pédo-climatiques mesurables. Le terroir a aussi des composantes humaines, techniques, culturelles, historiques, voire symboliques. En un mot, le terroir a aussi une histoire (*Geschichte*).

Figure 1: Les dimensions du terroir

On pourrait donner trois définitions au terroir, qui loin de s'exclure viennent se compléter pour former un espace géographique profond et polysémique. Un terroir peut être:

1. un *support pédo-climatique*,
2. un *espace de savoirs* et de pratiques,
3. des traditions et des *usages localisés*.

La dimension physique est le noyau de la première définition où le terroir est compris comme une *étendue de terre considérée du point de vue de ses aptitudes agricoles* (Petit Robert). Elle est en revanche inexistante dans la troisième et elle n'est qu'une composante de la deuxième (les pratiques répondent à des conditions environnementales mais aussi à des nécessités sociales et culturelles).

Le terroir n'est donc pas forcément une aire homogène du point de vue pédo-climatique, mais il est un espace humain caractérisé par une histoire commune qui le raconte. Cet espace sera le plus souvent un agrégat de micro-régions physiques dont les différences contribueront à la richesse du produit. La continuité de l'espace est à chercher bien plus dans les pratiques humaines qui y prennent place que dans son unité agronomique.

Figure 2: Le terroir entre des composantes humaines et physiques

2.2 LA TYPICITE A LA CROISEE DU TEMPS ET DE L'ESPACE

L'ordonnance suisse sur les AOC-IGP demande que le produit ait une “ typicité liée au terroir ” (article 6^e).

La notion de typicité est ambiguë et multiple. Elle dérive de l'adjectif typique dont la définition n'est pas plus claire et sans équivoque. Elle renvoie aussi à la question de la différence entre *typique* et *spécifique*.

De nos lectures, de nos entretiens avec d'autres chercheurs, nous avons retenu une définition qui a le mérite de correspondre au sens commun que l'on pourrait s'en faire lorsque l'on parle d'un met ou d'un produit typique. En effet, cette notion renvoie intuitivement à une recette ou à un aliment spécifique à un *lieu*, à une région, à un pays.

Les caractéristiques d'un produit sont typiques, et non pas seulement spécifiques, si elles sont tributaires d'un lieu, si elles ont un lien au terroir, si elles résultent de conditions de production localisées. La typicité est un *héritage*, elle a une *origine* géographique et historique, elle est *ancrée* dans un milieu. L. Bérard et P. Marchenay parlent ainsi de productions qui *croisent le temps* et *l'espace*.

Il faut être attentif au fait que les caractéristiques typiques du produit ne sont pas forcément des qualités sensorielles (goût, texture). Ce sont aussi des attributs distinctifs tels que la forme, le poids, le mode d'élaboration, l'image, la réputation, la dénomination d'un produit.

Figure 3: Typicité, spécificité ou caractéristique d'un produit

2.3 LE LIEN AU TERROIR

Une relation dynamique

Le lien au terroir, c'est une *relation* entre les caractéristiques du produit et un milieu géographique dans ses dimensions à la fois physiques et humaines. La qualité du produit, son aspect, son goût, sa texture, sa production, ses aspects symboliques et culturels doivent se révéler tributaires d'un espace particulier à définir.

Montrer un lien au terroir revient à *expliquer* les caractéristiques typiques d'un produit en fonction de divers *raisons relevant d'une zone géographique* déterminée. Ces raisons, qui peuvent se croiser et se compléter, peuvent être:

- historiques,
- culturelles, humaines,
- techniques,
- environnementales.

Cette explication montre bien qu'il ne faut pas nécessairement chercher un lien au terroir qui soit un lien agronomique et physique à un support pédo-climatique. Il ne faut pas vouloir à tout prix démontrer un "effet terroir". Ce ne sont pas seulement, ou pas forcément, des liens physiques, bactériologiques que le produit doit avoir avec son aire de production. Il doit avoir une histoire qui s'est construite et qui a pris place dans un espace donné. Le lien peut donc être, physique, socio-économique, historique ou culturel.

Un lien à raisonner de cas en cas

On comprend ainsi qu'il n'y a pas un type de lien au terroir, mais de multiples modes d'ancrage d'un produit dans sa région. Le lien au terroir pour un abricot ne s'explique pas de la même manière que le lien au terroir pour une viande séchée ou une tomme

Le lien au terroir doit par conséquent être pensé et *raisonné* en *fonction* du produit que l'on prend en considération et en fonction du lieu d'où il est issu.

Il faut aussi se rappeler qu'un produit n'est jamais figé, mais qu'il évolue. Ses caractéristiques changent et avec elles le lien au terroir. Le lien au terroir est non seulement *multiforme*, mais il est aussi *mouvant*.

III L'approche physique

Les recherches physiques, chimiques, biologiques et agronomiques autour du terroir sont toujours plus nombreuses, certainement parce qu'il est demandé aux professionnels d'apporter la preuve d'un lien objectif entre le produit et le terroir dont il est issu. La polémique autour de la pasteurisation et la volonté de nombreux professionnels de prouver que le lait cru est une condition nécessaire à l'expression du terroir n'est certainement pas non plus étrangère aux nombreuses études microbiologiques sur les laits utilisés dans la fabrication des fromages.

Ce recours aux sciences dites "dures" vise à confirmer scientifiquement des corrélations largement observées par les acteurs locaux, mais auxquelles aucun statut légitime ne peut être accordé. Dans le Jura neuchâtelois, l'influence des épiceas sur le goût des fromages est perçue comme une évidence par les consommateurs les plus avertis, mais ce lien n'est pas prouvé scientifiquement. Dans le Comté des zones de cru potentielles ont été identifiées par des professionnels, mais encore faudrait-il pouvoir préciser ce lien entre une saveur particulière et un terroir donné.

3.1 LES RECHERCHES MICROBIOLOGIQUES SUR LES FROMAGES

Depuis quelques années, des recherches sont menées en vue de mettre en évidence le lien entre les caractéristiques sensorielles du fromage et la flore du lait. Ces recherches ont pour objet la microflore naturelle du lait, c'est à dire la flore qui n'est pas apportée volontairement par le fromager mais qui provient du sol, de la végétation, de l'animal, des installations de traite, de l'équipement de la fromagerie.

Grâce à des études où du fromage est fabriqué une fois à partir de lait cru, une fois à partir de lait pasteurisé, on peut mettre en évidence des différences microbiologiques dans la composition du lait d'abord, puis de la pâte, ainsi que des différences d'arômes dans le produit fini. La corrélation entre la microflore naturelle et la saveur des fromages est ainsi établie, mais le rôle précis de cette microflore dans la production du goût n'est pas encore connu. Par ailleurs, on ne sait pas dans quelles mesures c'est la microflore du sol, de la végétation, du terroir agronomique qui est déterminante, par opposition à la microflore du lieu de traite ou de l'atelier de fabrication¹, voire par opposition à d'autres critères que la flore microbiologique.

3.2 LES RECHERCHES BIOLOGIQUES, PHYSIQUES OU CHIMIQUES SUR LE LIEN ENTRE LA PROVENANCE DE LA MATIÈRE PREMIÈRE ET UN PRODUIT

Du fourrage au fromage

Un certain nombre de recherches ont pour objet la mise en évidence de composés chimiques que l'on retrouve à la fois dans le produit fini et dans la matière première, sa provenance ou le lieu de fabrication. Le vaste programme interdisciplinaire mené par les stations fédérales de recherche de Changins et Liebefeld en Suisse est exemplaire d'une telle démarche: les résultats de Bosset et alii (1997) permettent de mettre en évidence une forme de lien entre le fromage et la provenance de son lait.

Un premier volet d'étude a montré que certains *terpènes*, composés volatils odorants que l'on trouve dans certaines plantes notamment en montagne, se retrouvent dans les crèmes et les fromages fabriqués en montagne, mais qu'ils sont en revanche absents dans les produits issus de prairies de plaine pauvres en espèces végétales. Il s'est aussi avéré que les fromages de montagnes avaient un goût plus piquant, corsé et animal que les fromages de plaine.

Ces résultats permettent à Bosset d'affirmer que le "goût de terroir n'est pas seulement une belle et bonne image publicitaire". Certes, mais ces composés chimiques, *ces traceurs d'origine*, ne sont pas mis en relation avec des

¹Marie-Thérèse Letablier a pu mettre en évidence le rôle majeur des micro-organismes indigènes des caves, des équipements [Marie-Thérèse Letablier, *L'art et la matière. Savoirs et ressources locales dans les productions spécifiques*, Dossier du Centre d'Etudes de l'Emploi n°11, 1997]

terroirs précisément délimités et caractérisés. Seule la distinction plaine/montagne est démontrée. D'autre part on ne sait pas si ces composés ont une importance plus significative que d'autres variables qui ont aussi pu intervenir dans la formation du goût. Une forme de lien au terroir est montrée, mais elle ne donne pas de réponse à la question du "goût du terroir".

D'un versant au fromage

Une recherche réalisée dans les Alpes françaises (Martin et Buchin, 1997) ont comparé les caractéristiques chimiques et sensorielles de trois séries d'Abondance réalisées sur le même alpage mais lorsque les vaches paissaient sur deux versants différents. Les fromages réalisés lorsque les vaches étaient sur le versant nord se sont révélés moins fermes, plus fondants, plus pâteux, de granulométrie plus fine que les fromages fabriqués à partir du lait des vaches paissant sur le versant sud, qui étaient plus doux et avec des arômes de fruit plus développés.

La différence de texture s'explique par une protéolyse plus rapide sur le versant nord et les chercheurs avancent la nature des herbages comme facteur explicatif des différences observées par analyse sensorielle. Mais ce lien n'est pas prouvé et de nombreuses autres variables pourraient certainement aussi influencer le lait ainsi que la texture et le goût du produit final. Ce problème des variables pertinentes à isoler, de l'influence possible d'éléments dont on n'aura peut-être pas tenu compte pendant la recherche expérimentale se pose d'ailleurs dans toute étude scientifique où l'on cherche des causes à des différences observées.

3.3 QU'EST CE QU'UN TERROIR PHYSIQUE HOMOGENE?

Des unités territoriales homogènes du point de vue pédagogique et géomorphologique

Ceux qui recherchent à tout prix un effet terroir doivent pouvoir délimiter des portions de territoire homogènes. Les travaux de référence en la matière sont ceux de Morlat, qui s'appliquent au terroir viticole et qui cherchent à découper le territoire en Unités de Terroir de Base (UTB) où le plus grand nombre de paramètres serait invariant. L'UTB est pour Morlat la plus petite portion de territoire dans la quelle la réponse de la vigne est homogène. Elle doit aussi être caractérisée par des spécificités géologiques, pédologiques et paysagères homogènes. L'UTB ne dira toutefois pas lesquelles de ces caractéristiques sont déterminantes dans la manière dont la vigne va réagir.

Cette approche du terroir a de grandes similitudes avec les travaux de Monet et alii (1996) dans la filière du Comté. Monet a proposé le concept d'Unité Agro-pédologique Prairiale (UAP) qu'il recoupe avec des relevés botaniques. Le regroupement en "zones de cru" par des connaisseurs du Comté et selon des critères sensorielles recourent les découpages de Monet. Mais à nouveau cela ne permet pas de savoir à quelles composantes précises est dû ce lien.

Un terroir homogène pour les activités qui y prennent place

Un terroir pourra aussi être homogène par ses contraintes naturelles sur les modes de production possibles, sur les élevages appropriés ou les variétés locales adaptées. On pourra ainsi délimiter une zone où l'élevage caprin est plus propice que l'élevage bovin ou ovin à cause du relief escarpé où les chèvres peuvent grimper, d'une végétation arbustive à faible potentialité fourragère et d'un climat aride qui ne favorisent pas l'élevage des vaches et des moutons.

3.4 LES LIMITES D'UNE APPROCHE PUREMENT PHYSIQUE

L'idée d'un lien entre l'excellence d'un produit et son lieu d'origine est ancienne, largement antérieure aux recherches scientifiques de ces dernières années. L'ancrage dans un lieu et le souci d'affirmer qu'une production n'est pas délocalisable est au cœur de cette pensée: le produit du terroir et particulièrement l'AOC sont ancrés dans un terroir spécifique.

Cette conception du terroir peut toutefois avoir tendance à extrapoler des résultats en négligeant leur domaine de validité dans une optique de "défense et d'illustration". Les recherches des sciences dures n'ont en effet pas apporté d'éléments vraiment décisifs dans le projet de fonder une délimitation d'AOC-IGP sur des critères physiques seulement. On verra d'ailleurs que les zones AOC européennes ne sont presque jamais fondées sur des arguments seulement naturels et pédo-climatiques.

Les recherches sur les Unités de Terroir de Base ou sur les Unités Agro-pédologiques Prairiales laissent entrevoir la possibilité d'une délimitation des terroirs sur des critères physiques, mais ces unités se situent à une échelle nettement plus petite qu'une zone d'appellation qu'elles ont tendance à fragmenter et non à cimenter. Nous l'avons dit dans notre section 2.1, un terroir est composé de micro-régions qui participent à la diversité du produit. Son

unité est plus difficile à démontrer. Les réponses homogènes des produits issus de cette zone seraient un début de preuve, mais cette démarche ne permet pas d'isoler les facteurs déterminants.

Certes plusieurs zones AOC ont été définies par un critère physique. Il en est ainsi de la zone d'appellation Epoisses (France) délimitée par les marnes bleues qui donneraient naissance à des fromages qui se comporteraient différemment à l'affinage. Mais, à notre connaissance, les preuves scientifiques de cette corrélation n'ont pas encore été établies. Ce critère de délimitation correspond tout au plus à des observations faites au cours du temps mais qui ne permettent pas de prétendre que l'Epoisse doit sa typicité aux marnes bleues.

L'AOC Salers (France) limitait la production de lait aux terrains volcaniques de sa zone. Or, cette condition est devenue obsolète, le lait provenant aujourd'hui aussi de secteurs cristallins inclus dans la zone. Ce critère géologique retenu à l'origine par le tribunal (1956) était-il fondateur de la typicité? Quel statut faut-il désormais lui accorder? La question reste ouverte.

Nous voyons par ces exemples un essai de rationalisation des délimitations. Le lien au terroir physique étant pressenti comme prépondérant, on use de critères géographiques ou géologiques pour délimiter la zone AOC. Il faut cependant reconnaître que les recherches scientifiques ne permettent pas de valider ni de légitimer les contours retenus. Leur cohérence est un élément important mais elle ne garantit nullement que l'on ait isolé un territoire homogène qui conférerait au produit sa typicité.

L'expérimentation du terroir en laboratoire reste un objet d'étude complexe. Les scientifiques se hasardent d'ailleurs rarement à présenter leurs travaux comme des preuves de l'effet terroir.

3.5 EVALUATIONS SENSORIELLES

Les études qui cherchent un lien physique direct entre le terroir et ce qui est en issu nécessitent de pouvoir décrire précisément le goût, les saveurs, les arômes, la texture des produits. Cette exigence conduit à élaborer des évaluations sensorielles qui permettent d'apprécier les propriétés gustatives d'un produit. De telles analyses sont par exemple menées par le laboratoire d'analyse sensorielle à l'Institut technique du gruyère à Bourg en Bresse ou au département des Industries alimentaires à l'Université de Trás-os-Montes e Alto Douro au Portugal. Elles permettent d'identifier les qualités organoleptiques et la texture du produit (acide, salé, cassant, granuleux, etc.), d'évaluer l'intensité de ces caractéristiques et d'apprécier le plaisir du consommateur.

Un *guide d'évaluation olfacto-gustatif des fromages à pâte dure ou semi-dure* a ainsi été élaboré par une équipe plurinationale dans le cadre d'un programme européen. Cette grille d'évaluation permet d'objectiver scientifiquement la notion de profil sensoriel, de mettre fin aux imprécisions dans la caractérisation des arômes des fromages. Les résultats d'un jury de dégustateurs sont désormais reproductibles, ce qui est un maillon essentiel pour caractériser la chaîne qui va du terroir à la typicité.

IV L'approche humaine

Le terroir social et culturel

Le lien au terroir ne peut se limiter à une approche physique et agronomique. Un milieu peut toutefois être, selon les termes de Bérard et Marchenay, "physiquement prédisposé", posséder un potentiel que des activités humaines peuvent révéler. Savoirs et pratiques font partie du terroir, et la relation d'une appellation à son aire de production doit donc aussi s'apprécier à travers les activités humaines (section 4.1).

Le terroir a en outre des dimensions traditionnelle (section 4.2), historique (section 4.3) et patrimoniale (section 4.4) qui peuvent aussi justifier d'un lien du produit à son aire d'origine. Ces dimensions et les savoir-faire sont le plus souvent interdépendants.

On verra aussi que la justification d'une typicité et d'un lien au terroir relève d'un processus dynamique, d'un accord formalisé entre les acteurs de la filière (section 4.5). La question du développement des produits, de l'intégration d'innovations techniques dans leur fabrication et de l'industrialisation sera abordée lorsqu'on parlera de l'importance d'identifier des éléments fondateurs de la typicité d'un produit (section 4.6).

Les principales recherches

Cette dimension culturelle et sociale des productions de terroir a été largement étudiée en France grâce à des approches ethnologiques, sociologiques et socio-économiques. On pense en priorité à l'Antenne de recherche et d'information sur les ressources des terroirs au Centre national de la recherche scientifique (CNRS) à Bourg en Bresse (Laurence Bérard et Philippe Marchenay) et à des chercheurs comme M.-T. Letablier, F. Nicolas, C. de Sainte Marie, F. Casabianca ou B. Sylvander pour ne citer que les principaux.

4.1 DES SAVOIR-FAIRE PARTAGES ET INSCRIT DANS UN LIEU

La qualité finale d'un produit est le résultat de plusieurs phases techniques plus ou moins déterminantes, de savoir-faire qui peuvent être plus importants que l'effet terroir ou que les caractéristiques de la matière première. Le fait qu'un même territoire puisse donner naissance à des produits différents (par exemple le Vacherin Mont d'Or et le Gruyère dans le Jura vaudois) confirme l'importance des gestes, des techniques et des recettes qui sont aussi des composantes du terroir.

Des produits issus de savoirs collectifs

Ces techniques nécessitent une expérience, des savoir-faire qui se sont affinés et affirmés au cours du temps. Leur inscription dans un lieu précis, nous permet de parler d'une *ancrage* à la fois *social* et *local* du produit dans son aire de production.

L. Bérard et P. Marchenay insistent sur la *dimension collective* de ces savoirs, sur leur partage au sein d'un groupe dans un espace donné. Ces pratiques collectives reflètent une société dans son organisation, ses valeurs, ses usages, ses goûts.

Transmis souvent depuis des générations, ces savoirs donnent au produit une profondeur *temporelle* et *patrimoniale* dont on reparlera dans les sections 4.3 et 4.4. Inscrit dans un lieu, ils lui donnent sa dimension *spatiale*.

Importance des enquêtes de terrain

Les savoir-faire sont donc un élément essentiel pour comprendre le lien d'un produit à son origine géographique et historique, à son terroir. Ces *savoirs spécifiques*, qui répondent à des exigences culturelles et naturelles, peuvent être mises en évidence grâce à des enquêtes ethnologiques de terrain, à des recherches historiques, à des travaux agronomiques. Toutes ces démarches visent à *expliquer* pourquoi une appellation s'est implantée dans un lieu précis, pourquoi elle est produite selon ces techniques plutôt que d'autres, pourquoi les phases de production ont évolué ou au contraire sont restées inchangées.

Des pratiques variables autour d'un même produit

Ces recherches ne visent pas à trouver un mode de production qui soit uniforme pour une appellation donnée. Des variantes sont possibles, les techniques peuvent changer quelque peu d'un producteur à un autre. Ce qui est important, c'est d'isoler les constantes que l'on retrouve chaque fois, les étapes et les ingrédients indispensables pour donner au produit une spécificité qui se reconnaît et qui lui permet de se différencier de ses substituts.

4.2 LA TRADITION

Une tradition qui évolue

La question des savoir-faire est intimement associée à celle de tradition et de la *continuité* des pratiques. La tradition est à comprendre comme une "permanence du passé dans le présent", comme "un message culturel enfoui dans des pratiques" (Lenclud, 1987). Cette tradition, comme nous le rappelle P. Bérard et L. Marchenay, "n'est pas figée, elle se transmet, évolue, mais dans limites qu'il faut identifier et qui constituent le *noyau dur* de leur identité".

Même si l'ordonnance suisse sur les AOC ne demande pas explicitement qu'un produit soit traditionnel, cette condition semble sous-jacente à l'exigence d'un lien au terroir dans ses dimensions historique et spatiale. La tradition implique que des usages se sont transmis au cours du temps, mais elle ne signifie pas que le produit soit exactement le même qu'autrefois.

La consommation traditionnelle

Prouver qu'un produit est traditionnel ne se limite pas forcément à montrer que les procédés de fabrication ont été hérités du passé, légués par les anciens et réappropriés par les plus jeunes. La dimension traditionnelle d'une appellation peut aussi s'apprécier par la consommation qu'on en fait localement. Les consommateurs locaux devront avoir un discours sur ce produit, sur la place qu'il a dans la cuisine familiale, sur la manière dont on peut l'apprêter, sur son rôle dans les recettes quotidiennes ou festives.

4.3 L'HISTOIRE

En France, un produit demandant une AOC ou une IGP doit clairement avoir une profondeur historique et être connu sous le nom à protéger depuis longtemps. Dans les autres pays d'Europe, l'existence du produit depuis de nombreuses années est également invoquée pour justifier du lien d'une appellation avec son aire géographique.

En Suisse, cette approche semble aussi prévaloir même si la définition réglementaire de l'AOC ou de l'IGP ne mentionne pas cette condition. Des preuves historiques sont toutefois exigées de la part du groupe demandeur et le *Guide pour le dépôt d'une AOC-IGP* précise que le système "n'est pas prévu pour les nouveaux produits".

Pourquoi une telle importance est-elle accordée à l'histoire?

On peut d'abord se demander pourquoi la dimension historique a pris une telle place dans la justification des appellations. Il faut se rappeler que le produit doit avoir un lien avec son origine, laquelle se comprend dans ses dimensions spatiale et temporelle. Or, on a vu que l'ancrage purement spatial et physique d'un produit à son milieu est difficile à prouver, et que son existence n'est même pas certaine (chapitre 3). Un document historique devient donc, à défaut d'effet terroir, une preuve "objective" du lien entre un produit et son origine, une preuve qui est de surcroît indélocalisable. L'histoire se substitue au sol pour justifier une origine localisée.

La question de l'ampleur de l'antériorité

La question qui se pose est de savoir quelle profondeur historique doit avoir une appellation, à quand au moins doit remonter son existence dans une région donnée. Ce problème ne peut avoir de réponse précise et fixe. L'Union Européenne a essayé d'en donner une en parlant d'une antériorité d'au moins 30 ans, qui correspondrait à une génération. Cette solution nous semble réductrice car elle ne tient pas compte de la place que prend un produit dans une société et qui lui donne véritablement une histoire ancrée localement.

Les limites de la seule preuve historique

La profondeur historique ne suffit par ailleurs pas. Certains produits, dont l'existence traditionnelle est attestée par des documents écrits, peuvent avoir disparu pendant de nombreuses années et renaître soudainement sous l'impulsion d'un groupe de producteurs ayant compris la portée commerciale des productions dites de terroir. De

leur réalité passée, ces produits ne garderont peut-être que le nom, leur nouveau système de production pouvant être différent de ce qu'il était autrefois. L. Bérard et P. Marchenay donne l'exemple des volailles de Loué (IGP), dont l'élevage traditionnel est prouvé par des sources historiques mais s'est éteint pour ne réapparaître que récemment sur des bases différentes: taille des exploitations, races, zone, alimentation, etc.

Importance des sources orales

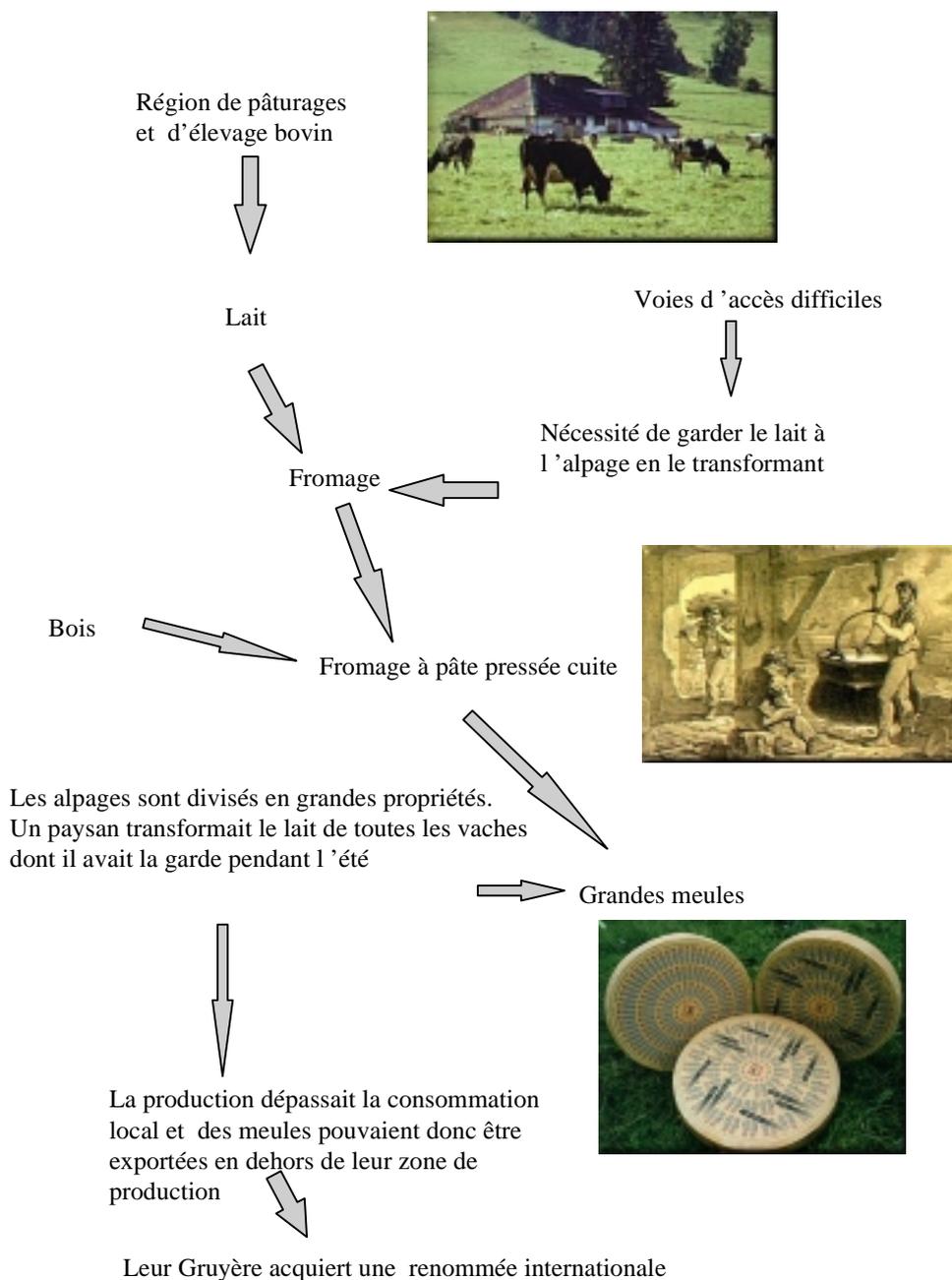
L'ancrage d'un produit dans une aire géographique est donc variable. Seule une appréciation de cas en cas est pertinente. La question des sources est aussi un élément important à considérer. Les documents écrits, les archives n'existent pas forcément pour tous les produits, surtout si ils avaient autrefois une réalité domestique et familiale. Ce manque de preuves écrites ne veut toutefois pas dire que les produits n'ont pas d'existence historique. L. Bérard et P. Marchenay mettent ainsi l'accent sur l'importance des sources orales, sur les récits et les histoires de vie qui font partie de la mémoire collective.

Expliquer le produit par l'histoire

L'histoire ne nous paraît pas seulement importante pour justifier d'un ancrage temporel du produit dans son espace. Elle nous paraît aussi pouvoir expliquer ce qui fait que le produit est devenu celui que nous connaissons encore aujourd'hui.

A titre d'exemple nous donnons dans la Figure 4 quelques raisons historiques à la forme et aux caractéristiques du Gruyère. Cette approche qui associe le temps et l'espace nous paraît fondamentale pour comprendre l'origine du produit et les éléments qui lui ont dès le départ donné son identité.

Figure 4 : L'Histoire du Gruyère



4.4 LA PATRIMONIALISATION DES PRODUITS

Lorsqu'on parle d'un produit historique, traditionnel, typique, ancré dans un lieu et dans une société, entouré de savoir-faire qui se transmettent au cours du temps, l'appellation prend une dimension que l'on peut qualifier de patrimoniale.

Le produit, et son cortège de pratiques et d'usages, apparaît comme un bien légué à une société qui va chercher à le protéger. L. Bérard et P. Marchenay parlent alors d'un processus de patrimonialisation, porté par différents acteurs parmi lesquels les producteurs, des institutions locales, régionales voir nationales qui voient dans le produit un attribut de leur identité culturelle et sociale. Ces acteurs vont se mobiliser pour revaloriser le produit, pour l'ériger en bien culturel, pour lui donner une dimension *symbolique*.

Ce regard peut aussi permettre de mettre en évidence que le sens d'un produit peut se transformer. Un produit considéré comme l'aliment du pauvre et qui appartenait à la seule sphère rurale (le pain de Seigle en Valais par exemple) peut devenir un produit noble et recherché. L. Bérard et P. Marchenay nous parlent aussi du *tupi*, un fromage catalan fabriqué à partir de restes, qui était considéré comme un aliment rustique de première nécessité et

qui est devenu aujourd'hui un produit valorisé et vendu cher [Synthèse du projet européen sur *Les production de terroir en Europe du Sud. Caractérisation ethnologique, sensorielle et socio-économique de leur typicité-Stratégies de valorisation*, 1998].

Cette lectures patrimoniale des appellations est très présente en France, mais elle cristallise aussi le souci qui se dessine en Suisse, et ailleurs, d'avoir des AOC et des IGP artisanales, rurales, " authentiques " villageoises. Elle rejoint le terroir dans sa dimension symbolique, le territoire comme témoin d'une culture et d'une histoire (coutumes, patrimoine bâti, produits). Si les qualités intrinsèques du produit proviennent du terroir physique et des savoir-faire locaux, sa qualité symbolique provient de cette dimension patrimoniale du terroir.

4.5 CONSTRUCTION SOCIALE DE LA TYPICITE

Des éléments typiques hérités mais différemment mobilisés dans une définition de l'AOC

De ce qui précède, on constate que le caractère typique, traditionnel, patrimonial du produit n'est pas une qualité intrinsèque au produit C'est un ensemble de caractéristiques qui sont retenues et choisies par des acteurs qui doivent donner une description et une définition détaillées de leur produit afin de le faire enregistrer comme appellation contrôlée.

Ce n'est qu'après de nombreuses discussions et négociations sur ce qui fait la qualité et la spécificité d'un produit, que ce dernier peut devenir une AOC ou une IGP. Cette démarche implique des choix qui relèvent de représentations, de modes, d'attentes, de nécessités économiques, techniques et culturelles. L'AOC, ou l'IGP, est donc le résultat d'une *construction sociale* par plusieurs acteurs, c'est une *convention de qualité*.

La notion de construction sociale a été utilisée en 1992 par C. de Sainte Marie, J.A. Prost, F. Casabianca and E. Casalta et a été reprise par L. Bérard and P. Marchenay en 1995. Elle nous paraît bien refléter l'importance du processus dynamique qui caractérise une démarche AOC.

L'idée de convention de qualité, utilisée entre autres par M. T. Letablier et C. Delfosse ou par B. Sylvander, traduit également la réalité de ces "processus d'interaction" entre acteurs qui cherchent à caractériser la typicité de leur produit en fonction d'un projet précis (demande d'AOC). Ils vont choisir et mobiliser un certain nombre d'éléments, les réunir et les assembler pour définir ce qui fait la spécificité de leur produit. Par cette démarche, ils vont laisser de côté certaines caractéristiques du produit et de sa fabrication, parce que trop exigeantes, trop coûteuses, mal partagées par l'ensemble des producteurs ou parce qu'elles empêcheraient le produit d'adopter des innovations technologiques intéressantes.

C. de Sainte Marie dit à ce propos qu'il faut se mettre d'accord sur ce qui doit rester intangible et que cette démarche relève des acteurs. Cette conception rejoint celle de L. Bérard et P. Marchenay qui soulignent que ce qui fait la tradition d'un produit relève de choix de la part des acteurs de la filière et renvoie à une "lecture sélective du passé". Cette lecture sélective du passé rappelle les propos de G. Lenclud qui affirme que dans nos sociétés "on s'attache à effectuer un tri dans le passé, à définir des " bons " héritages culturels, à faire un choix délibéré de ce qui est traditionnel et ce qui ne saurait l'être".

Les choix opérés par les acteurs peuvent toutefois détruire ce qui fait la typicité d'un produit. Leur consensus ne garantit nullement une démarche qui ait mis au centre de leurs réflexions le produit plutôt que des intérêts et des préoccupations économiques. L'expert peut ici avoir un rôle important à jouer pour garantir une certaine spécificité du produit, pour autant qu'il ait les compétences nécessaires pour l'apprécier. La typicité peut donc aussi être contraignante pour les producteurs.

Des acteurs aux références communes

Les appellations d'origine, et n'importe quel autre produit typique, sont ainsi le résultat d'une coordination des acteurs dans un espace donné et en référence à une tradition (L. Thévenot, 1989). Boisard et Letablier parlent ainsi de convention *domestique*, parce qu'elle suppose des relations de proximité, et de confiance entre les acteurs. Ici, ce sont non plus les produits, mais les acteurs qui ont un lien au terroir dans sa dimension d'espace de voisinage, de valeurs partagées, de tradition collective. Exiger du produit son lien au terroir suppose que le groupe demandeur puisse se cordonner en faisant référence à un espace, à une histoire, à une tradition communes. C'est s'assurer que l'élaboration d'un cahier des charges ne repose pas sur des relations qui se régulent par des normes techniques (convention industrielle) ou par des décisions visant à pouvoir proposer le produit au plus grand nombre de consommateurs possibles en gommant sa typicité et son caractère pour en faire un produit standard (convention marchande).

4.6 LES ELEMENTS FONDATEURS DE L'IDENTITE ET LE DEVELOPPEMENT DES PRODUITS

Identification du noyau dur de la typicité du produit

Si un produit a pu se modifier dans ses caractéristiques finales et son mode d'élaboration, qu'est-ce qui va nous permettre de dire qu'il est encore traditionnel? Puisque la typicité d'un produit se construit, comment apprécier le choix des caractéristiques retenues? Il semble ici important d'identifier les éléments fondateurs de la typicité d'un produit, le "noyau dur" comme le nomme L. Bérard et P. Marchenay. Ces éléments peuvent concerner la matière première, les techniques de transformation, la maturation, un ingrédient particulier ou les caractéristiques finales du produit. Tant qu'ils font partie de la production, l'AOC, ou l'IGP, conserve son identité, son caractère même si elle est sujet à des changements, à des évolutions.

Développement et respect des éléments fondateurs de l'identité du produit

Aussi difficile et complexe que peut être cette identification de la typicité d'un produit, elle nous paraît donc être capitale pour pouvoir apprécier le contenu du cahier des charges d'une appellation. Elle nous permet par ailleurs de résoudre en partie l'épineuse question de l'industrialisation d'un produit, des innovations, des adaptations des acteurs à de nouvelles contraintes économiques, hygiéniques ou techniques.

Tant qu'un produit conserve son noyau dur, rien ne l'empêche de provenir d'une filière industrielle si cette dernière respecte les éléments qui fondent la typicité de l'appellation. Mais attention, l'image que les consommateurs se font du produit et de sa fabrication, les représentations qu'ils en ont peuvent aussi faire partie de son identité. Une évolution dans les pratiques de fabrication, une automatisation de certaines phases de production ou un changement d'échelle pourront ainsi altérer, voire détruire, l'identité du produit même si celui conserve ses caractéristiques finales (goût, texture, aspect).

La logique industrielle et la logique artisanale: des intérêts qui s'opposent

Le problème majeur est que la logique industrielle et les intérêts de ses acteurs s'opposent souvent à la logique artisanale. La première répond à des motivations économiques, à des soucis de productivité, au besoin de fournir un produit qui puisse plaire au plus grand nombre possible de consommateurs. Le risque est alors grand de standardiser le produit, de rendre sa qualité homogène au détriment des diverses saveurs qui peuvent traditionnellement le caractériser.

La logique artisanale reste elle souvent davantage concernée par le produit, sa richesse, son caractère. Cette différence de logique peut menacer la typicité du produit, et c'est pour cette raison qu'une industrialisation de la production pourra se révéler incompatible avec une AOC ou une IGP qui cherchent à affirmer leur spécificité.

4.7 REPUTATION ET IGP

Une notion floue et complexe

La définition réglementaire de l'IGP dit qu'un produit peut entre autres prétendre à une IGP si "sa réputation peut être attribuée à son origine géographique".

La réputation est une notion vague et difficilement définissable. C'est le *fait d'être connu* et d'être l'objet d'une appréciation qui peut être positive (bonne réputation) ou négative (mauvaise réputation). Un jugement de valeur n'est toutefois pas nécessaire pour qu'on parle de réputation. La réputation peut aussi être définie comme une *notoriété* sans qu'il n'y ait une opinion favorable ou défavorable liée à ce renom. Le texte réglementaire laisse toutefois supposer que le produit doit être l'objet d'une opinion publique positive, être perçu comme ayant une certaine qualité que les consommateurs associent au lieu de production, à l'origine géographique du produit.

Le problème qui se pose est celle de l'appréciation de cette réputation. Comment la mesurer? Faut-il employer des méthodes quantitatives, qualitatives, chercher des preuves écrites, faire des enquêtes auprès des consommateurs? Mais avant une interrogation au sujet des méthodes, se posent quatre questions préalables: quelle réputation veut-on mesurer? Où? Quelle doit être son intensité? A quand doit remonter cette réputation?

De quelles attributs de la réputation tenir compte?

Une réputation est composée de multiples attributs (marque, prix, commodité, aspect, goût, etc.) et il faut bien se mettre d'accord sur ceux qui doivent être associés au milieu géographique. Notre interprétation serait de considérer que la réputation d'un produit se fonde sur la perception par le consommateur d'au moins une qualité, cette dernière étant à comprendre dans ses multiples dimensions (qualité nutritionnelle, hygiénique, gustative, liée au

mode de production ou symbolique). Peu importe quelle qualité compte pour le consommateur, il faut que le produit en ait une et quelle soit recherchée. Cette qualité devra être associée, dans la tête des gens à l'aire géographique du lieu de production, à ses caractéristiques naturelles, à ses paysages.

Ne suffit-il pas que le produit soit tout simplement connu et associé dans l'esprit des consommateurs à un lieu de production ? Nous répondons par la négative: le texte réglementaire parle d'une réputation qui peut être "attribuée" à un milieu géographique. Cette formulation paraît sous-entendre que le produit est tributaire d'une région, ce qui veut bien dire que le produit doit avoir une ou plusieurs caractéristiques particulières qui dépendent de son ancrage spatial.

Où mesurer la réputation?

La question de savoir où cette réputation doit être mesurée renvoie à la réalité d'une notoriété qui peut être locale, régionale, nationale voire transnationale. Notre idée est que le produit qui veut une IGP doit avoir une réputation dans les endroits où il est vendu. Si une IGP n'est pas commercialisée en dehors de son aire de production, son renom n'a pas besoin de dépasser les limites de cette zone. En revanche, si une IGP est exportée, il importe que sa réputation et le rôle déterminant de son milieu de production soient établis partout où le produit est consommé.

Quelle intensité doit avoir la réputation?

La troisième question à se poser est celle de l'intensité de la réputation. Par combien de personnes la réputation doit-elle être partagée? Ce qui est dit ou pensé peut relever d'un consensus unanime, être partagés par certaines personnes seulement ou même par un seul individu.

On ne s'aventurera pas ici à donner un pourcentage minimum, une valeur seuil. Nous rappellerons seulement que le mot de réputation tel qu'il est utilisé dans la définition de l'IGP fait penser à une opinion bien établie qui ne peut être le résultat de quelques personnes seulement. Nous soulignerons aussi que si des enquêtes auprès des consommateurs sont envisagées, il faut d'emblée exclure les personnes qui n'ont pas de raison de connaître le produit, comme les jeunes enfants ou les individus qui viennent de s'installer dans la région considérée. Il faut donc précisément définir les frontières du groupe social ou du réseau dans lequel la réputation veut être mesurée. Le problème de la représentativité de la population interrogée est une question cruciale et épineuse à ne pas sous-estimer.

La réputation doit-elle bénéficier d'une certaine antériorité?

La dernière question impérative à se poser est celle de savoir si la réputation que l'on mesure est la notoriété actuelle ou si l'on doit chercher à lui donner une certaine profondeur temporelle. La question de l'épaisseur historique se pose donc à nouveau dans toute son acuité. Il faut en effet être très attentif au fait qu'une réputation se manipule, parce qu'elle est une image qu'on se fait d'un produit. Or, une image peut être suggérée à quelqu'un en partie grâce à des *techniques* de marketing et des *stratégies* de publicité qui vont être dirigées en fonction des buts visés et qui vont influencer les consommateurs dans l'idée qu'ils se font d'un produit. La réputation d'un produit *peut ainsi s'établir artificiellement*

Ce pouvoir de la publicité et des médias pour *construire* une image ne doit pas être négligé. De nombreux consommateurs peuvent rapidement s'approprier l'idée d'une origine spatiale spécifique et déterminante si c'est là le message qui est véhiculé par la publicité. S'agira-t-il alors encore de la réputation dont parle le texte de loi? Ne devrait-il pas s'agir davantage d'une réputation ayant une certaine dimension temporelle, plutôt que d'une renommée qui ait été artificiellement créée pour répondre à une exigence réglementaire? Ne devrait-on pas avoir recours à des documents historiques et à des témoignages de personnes âgées afin d'établir l'antériorité de la réputation?

On rejoint ici les propos de L. Bertozzi (Consortio pour le Parmigiano Reggiano) qui parle de la réputation comme le "résultat d'une *histoire* et de quelque chose qui s'inscrit dans le cadre d'un *patrimoine collectif*" [Enquête].

A noter encore à propos de la réputation, qu'elle est mouvante, multiple et éphémère et que la coopération des acteurs entre eux, la proximité d'objectifs et de valeurs, contribue "au maintien et/ou à l'amplification des effets de réputation". (Marc Dedeire).

Partie II

Le lien au terroir dans la demande d'enregistrement

Compte tenu des résultats de notre recherche bibliographique et des considérations de plusieurs experts, nous proposons les éléments suivants qui devraient être fournis à l'appréciation de la Commission fédérale et aux responsables de l'OFAG pour juger la "consistance" du lien au terroir dans la demande d'enregistrement et l'utilisation de l'appellation qui désigne le produit.

1. L'exigence de lien au terroir dans la demande

Selon l'ordonnance, des éléments justificatifs du lien entre les caractéristiques typiques du produit (celles qui différencient le produit des produits de même genre) et l'origine géographique doivent être apportés par le groupement demandeur [ordonnance sur les AOP et les IGP du 28 mai 1997, point e) de l'article 6]. Cette exigence de lien au terroir apparaît en fait comme une condition transversale à l'obtention d'une AOC ou d'une IGP, puisque plusieurs autres points du contenu de la demande (ordonnance AOP-IGP, art. 6) et du cahier des charges [ordonnance AOP-IGP, art. 7] sont aussi en relation avec le lien au terroir. Le lien au terroir doit donc aussi être apprécié à travers ces points de la demande (dossier historique, typicité, usages) et du cahier des charges (délimitation de l'aire géographique, description du produit et de sa méthode d'obtention).

Outre le lien au terroir, une réflexion préalable sur la représentativité du groupe demandeur et sur le nom de l'appellation qui désigne le produit est nécessaire pour juger du droit à la protection tel qu'il est précisé dans la définition de l'AOC et de l'IGP (chapitre 2).

Le lien au terroir peut être mis en évidence (chapitre 3) à travers deux dimensions complémentaires : les dimensions naturelles et/ou humaines. Ce lien ne peut toutefois être apprécié sans définir ce qui fait la typicité du produit, à la fois dans ses caractéristiques finales (chapitre 4) et sa méthode d'obtention (chapitre 5). Le lien au terroir permettra finalement de mieux juger de la délimitation de la zone (chapitre 6).

2. Conditions préalables au droit à la protection

2.1 REPRÉSENTATIVITÉ DU GROUPE DEMANDEUR

La demande doit contenir "le nom du groupement demandeur et la preuve de sa représentativité" [ordonnance AOP-IGP, lettre a), art.6].

Il s'agit d'une part d'examiner la représentativité du groupement demandeur, et d'autre part la procédure de décision collective statuant sur le contenu du dossier de demande (y compris le contenu du cahier des charges et particulièrement le point de la délimitation de la zone). Cette représentativité doit être établie en terme de nombre de producteurs agricoles, transformateurs et élaborateurs du produit pour les AOC, de certains stades seulement pour l'IGP (correspondant au stade d'obtention du produit qui est lié à l'origine géographique).

Cette question doit être abordée sous l'angle de la **représentativité par rapport à la production dans la zone géographique** proposée. S'il s'avère que le groupement n'est pas représentatif (y compris de la production en-dehors de la zone géographique proposée), la position des producteurs ou fabricants non représentés et hors-zone doit être connue. Cet argument ne peut pas être retenu en défaveur de l'enregistrement, à moins que l'antériorité de la fabrication dans la partie hors-zone soit dûment établie (lien au terroir par l'antériorité des usages) ou que le nom géographique soit directement associable à cette partie de territoire dans l'esprit des consommateurs (réputation du lien au terroir).

2.2 APPELLATION QUI DÉSIGNE LE PRODUIT

La demande doit contenir “ l’appellation d’origine ou l’indication géographique à enregistrer ” [ordonnance AOP-IGP, lettre b), art.6].

La Commission AOC/IGP doit vérifier que :

- le **nom du produit** ait une certaine **antériorité**, que le produit est bien connu sous cette appellation depuis plusieurs années (continuité du nom),
- que le produit soit **commercialisé** sous ce nom,
- qu’il y ait une certaine **unité du produit** qui se réclame de ce nom, ce qui ne veut pas dire qu’il y ait homogénéité du produit.

L’existence de marques protégées antérieures à la demande et la position des détenteurs par rapport au dépôt de la demande AOC ou IGP doit également être prise en considération. En effet, les détenteurs d’une marque étant habilités à faire opposition, l’examen préalable de leur volonté ou non de coopérer voire de faire opposition à l’enregistrement est nécessaire. Cependant, leurs avis ne figurent qu’à titre indicatif, sans laisser présager de la décision finale d’enregistrement.

3. Le lien du produit avec le terroir

La demande doit contenir “ les éléments prouvant que le produit provient de l’aire géographique (dossier historique et traçabilité), ainsi que “ les éléments justifiant le lien avec le milieu géographique ou avec l’origine géographique (typicité du produit liée au terroir) ” [ordonnance AOP-IGP, lettres d) et e), art.6].

Le terroir se situe à la croisée de composantes humaines et physiques (section 2.1 de la première partie). Les preuves du lien au terroir sont donc à chercher à la fois dans les pratiques et les usages, **et** dans l’expression des caractéristiques physiques du terroir dans les caractéristiques du produit.

3.1 ELÉMENTS DE PREUVE POSSIBLES POUR LES AOC

➔ Eléments de preuve du **lien au terroir physique, naturel** :

- donner les résultats de recherches sur le lien entre les caractéristiques organoleptiques du produit et les ressources pédo-climatiques du terroir (si de tels résultats sont disponibles, ce qui est loin d’être le cas pour tous les dossiers) ;
- montrer comment l’environnement a pu conditionner cette production particulière (exemples : pain au seigle plutôt qu’à une autre céréale car culture du seigle adaptée à des terres situées en altitude et au climat rigoureux ; fromage au lait cru car rareté du bois).

➔ Eléments justifiant l’**ancrage social** dans la zone géographique se référant au nom du produit :

- liés à l’**histoire** : existence historique du produit (prouvées par des citations de sources bibliographiques croisées ou le recueil de témoignages oraux), raisons historiques du développement localisé du produit et de ses caractéristiques (ex : meules d’Emmental volumineuses car produit autrefois soumis à des droits de douane à la meule) ;
- liés à la **tradition collective** : continuité des pratiques, preuves que ces pratiques (recettes, tour de main, caractéristiques particulières des matières premières utilisées, épices particulières, etc.) étaient utilisées par plusieurs fabricants (caractère collectif des pratiques), consommation locale (connaissance locale du produit sous le nom dont la protection est requise, recettes pour apprêter le produit).

3.2 ELÉMENTS DE PREUVE POSSIBLES POUR LES IGP

- Ces éléments de preuve du lien au milieu géographique sont identiques aux précédents, mais ils peuvent être moins nombreux et se rapporter soit à la matière première soit à une phase de la fabrication.
- Un autre élément peut prouver le lien au terroir d'une IGP : la *réputation*. Pour prouver que le produit a une réputation liée à son origine géographique, il faut pouvoir présenter des documents établissant qu'un nombre significatif de consommateurs représentatifs connaît le produit et l'associe spontanément à la zone géographique dont il provient. Ces documents peuvent être : des enquêtes qualitatives ou quantitatives auprès des consommateurs, des documents commerciaux anciens et actuels concernant la vente du produit (sous le nom dont la protection est requise). On veillera à l'antériorité de la réputation, en excluant du droit à la protection un produit dont le seul lien au milieu géographique serait une campagne de publicité récente, même si la demande est appuyée par une enquête auprès des consommateurs.

3.3 LA TRAÇABILITE

Les éléments prouvant que le produit (et les matières premières pour les AOC) est effectivement originaire de la zone géographique délimitée doivent être suffisants. Ces éléments doivent permettre la traçabilité du produit, depuis l'obtention des matières premières jusqu'au moment où il acquiert le droit d'utilisation de la dénomination protégée. Ce point doit être soumis à l'avis d'experts en matière de traçabilité et de certification du produit (préavis de l'organisme de certification).

4. La description du produit

Le cahier des charges doit comprendre “ la description du produit, notamment ses matières premières et ses principales caractéristiques physiques, chimiques, bactériologiques et organoleptiques ” [ordonnance AOP-IGP, lettre c), art. 7].

Cette description doit comprendre les éléments qui caractérisent le produit même s'ils ne permettent pas de distinguer le produit par rapport à des produits du même genre. Cette description comprend donc les caractéristiques du produit, qu'elles lui soient spécifiques ou non.

Certaines caractéristiques spécifiques du produit seront par ailleurs typiques, c'est à dire qu'elles seront liées à l'origine du produit, tributaires du lieu de production (voir section 2.2 de la première partie). La typicité est le cœur de l'identité d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique et elle se doit d'être bien mise en évidence dans chaque dossier. Il faut tenir compte du fait que la typicité du produit, tout comme ses autres caractéristiques, peut provenir de plusieurs éléments et qu'il ne s'agit pas exclusivement de ses caractéristiques finales. Le chapitre 5 prendra en considération les éléments de la production qui distinguent l'AOC ou l'IGP.

4.1 LES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES OU NON DU PRODUIT

La demande d'enregistrement doit comporter, et même si ces points ne distinguent pas le produit AOC ou IGP d'un produit substitut :

- les caractéristiques physico-chimiques (taille, aspect, composition chimique par exemple), en relevant dans ces caractéristiques ce qui fonde l'originalité du produit,
- les caractéristiques organoleptiques finales devront être établies par un guide d'évaluation sensorielle adéquat et formulé par des experts professionnels ; pour les fromages, la demande d'enregistrement devra obligatoirement comprendre le profil sensoriel tel qu'établi par Liebefeld²,
- la variabilité possible du produit et sa justification historique (la production domestique permettait à chaque famille de choisir les épices à utiliser pour la fabrication de la viande séchée par exemple) ou naturelle (la diversité des prairies dans l'aire de production donnent lieu à des saveurs différentes dans un même fromage, ce qui apporte une richesse certaine au produit),
- la description précise des matières premières à l'origine du produit, en précisant si celles-ci distinguent le produit des produits de même genre,
- la qualité perçue par les consommateurs (caractère spécifique du goût, par exemple amertume typique) et définie par un jury de consommateurs avertis, réunis dans une procédure de test à l'aveugle conduite dans les règles de l'art; ce point ne doit cependant pas être le seul élément qui distingue le produit des produits de même genre.

4.2 LA TYPICITÉ DU PRODUIT

Les éléments de description doivent absolument reprendre les *points saillants*, les *éléments fondateurs de l'identité* du produit et liés au terroir. Cela correspond à deux ou trois caractéristiques, parfois plus, du produit qui doivent figurer en bonne place dans la description du produit (goût, aspect, etc.) et de ses matières premières, ou plus tard dans une phase cruciale de sa fabrication. Ces éléments vont clairement *distinguer* le produit de ses substituts et justifier son signe de reconnaissance (par exemple air sec pour la viande séchée, feu de bois pour le fromage, procédé manuel dans la fabrication).

² Station de recherches laitières, CH-3097 Liebefel-Bern.

5. La description de la méthode d'obtention

La demande doit contenir “ la description des méthodes locales, loyales et constantes si elles existent ” [ordonnance AOP-IGP. lettre f), art. 6], et le cahier des charges doit comprendre “ la description de la méthode d'obtention du produit ” [ordonnance AOP-IGP. lettre d), art. 7].

5.1 LES CARACTÉRISTIQUES DE LA FABRICATION

Sous ce vocable sont comprises toutes les conditions de production des matières premières et les étapes concrètes de la fabrication du produit.

Les éléments suivants doivent figurer dans le dossier :

- la particularité d'obtention des matières premières,
- la particularité du processus de fabrication ou d'élaboration du produit en précisant ce qui le différencie par rapport aux processus utilisés pour les produits de même genre (sans toutefois entrer dans les recettes particulières et individuelles des fabricants, les tours de mains spécifiques aux entreprises); il s'agit de définir les règles communes et obligatoires à respecter pour fabriquer le produit ; une liste des produits autorisés ou interdits doit figurer, notamment pour les adjuvants ou les additifs.

5.2 LES CARACTÉRISTIQUES TYPIQUES DE LA FABRICATION

Pour les AOC

La fabrication de l'AOC sera considérée comme typique, liée au terroir, si ces éléments sont respectés :

- précision sur l'existence d'une contribution des variétés et des races à la typicité du produit (preuves de l'adéquation entre les races ou les variétés retenues et le milieu géographique, preuves de leur historicité) si les variétés végétales ou les races de bétail sont retenues dans le cahier des charges,
- description de l'alimentation des animaux, notamment des fourrages utilisés, et mention de la provenance ; l'exigence que les fourrages soient locaux dans une proportion significative devrait toujours être respectée si le produit prétend tirer sa spécificité des conditions géographiques locales,
- bonne description des usages locaux, loyaux et constants qui confèrent la typicité au produit ; il peut s'agir d'une méthode particulière (opération manuelle à l'un des stades de fabrication, transhumance des vaches, etc.) qui est caractéristique de la région et est indissolublement liée à l'image que le consommateur averti se fait du produit ; le caractère constant des usages doit être attesté grâce à une ou plusieurs prescriptions obligatoires dans le cahier des charges.

Pour les IGP

- Les mêmes éléments que ci-dessus peuvent être utilisés pour justifier la typicité du process, mais avec des exigences moins fortes à moins que ces points ne soient réellement les aspects fondateurs de l'identité du produit.

6. La description de la zone géographique

Le cahier des charges doit comprendre “ la délimitation de l'aire de géographique ” [ordonnance AOP-IGP. lettre b), art. 7]. Il est important que ce point soit examiné en détail, en croisant le mieux possible les éléments retenus dans la délimitation de la zone avec les éléments fondateurs de la typicité, si ceux-ci dépendent des conditions pédo-climatiques ou de savoir-faire localisés.

Les éléments suivants doivent faire l'objet d'examen approfondi :

- Description des caractéristiques physiques et naturelles communes que l'on retrouve sur toute l'aire géographique (la zone ne doit pas être homogène dans tous ces aspects, mais certaines caractéristiques doivent clairement l'identifier, notamment par rapport aux régions adjacentes).
- Description des usages de production dans la zone. Il faut notamment préciser :
 - l'antériorité de la production dans l'ensemble de la zone, la diffusion des pratiques,
 - l'abandon de la production dans certaines parties de la zone,
 - la correspondance entre les zones de production, de transformation et d'élaboration (le degré de correspondance entre ces trois zones est importante pour comprendre la cohérence de la zone).
 - l'adéquation entre la zone proposée et la zone actuelle de production, (de transformation et d'élaboration pour les AOC) doit être argumentée, notamment dans le cas de zone proposée plus petite ou notoirement plus grande que la zone actuelle de production.
 - Superposition des facteurs naturels et des facteurs humains (une région qui pourrait faire partie de la zone d'un point de vue physique mais qui n'a aucune tradition de fabrication ne pourra être incluse dans l'aire de production).

La pertinence des critères retenus (critères naturels, savoir-faire, etc.) pour la délimitation de la zone doivent être soigneusement examinés : sont-ils subjectifs, justifiés par le lien entre le produit et le milieu géographique, ou défendables par des considérations économiques, politiques ou culturelles ?

Bibliographie

Aspects physiques du lien au terroir

ALBISU M, PEREZ ELORTONDO F.J., SALMERON J., RENOBALLES M, (1997) *Comparison of raw and pasteurized milk on Idiazabal cheese-making follow up of microflora during ripening*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

ARDÖ Y., LINDBLAD O., (1997) *Effects of microfiltration and pasteurization on proteolysis Herrgård™ cheese*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

BERODIER F., MONNET J.-C., (1997) *Climat-roche-sol-fromage. Cartographie fonctionnelle du terroir. Exemple de l'AOC Comté*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

BERODIER F. et alii, (1996) *Guide d'évaluation olfacto-gustative des fromages à pâte dure ou semi-dure*.

BOSSET J.-O. et alii, (1997) *Comparison of some highland and lowland gruyère-type cheese of Switzerland : a study of their potential PDO/AOC/AOP characteristics*, *FAM information* octobre 1997, FAM Liebefeld.

BOSSET J.-O., (1997) *Etude de quelques traceurs de fromages suisses d'alpage*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

BOUTON Y., GUYOT P., BEUVIER E., TAILLIEZ P., GRAPPIN R., (1997) *Diversité génétique des Streptocoques et Lactobacilles isolés dans des Comtés issus de deux "zones de cru" différentes*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

BUCHIN S., (1997) *Influence du type de fourrage et du traitement thermique du lait sur les caractéristiques biochimiques et sensorielles d'un fromage de type Morbier*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

CASALTA E., CASABIANCA F., DE SAINTE-MARIE C., (1996), *Des souches microbiennes locales aux levains spécifiques: position des producteurs de fromages de Corse*, *Cahiers Agriculture* 5.

CELLIER, P., (1996) *La perception des terroirs du vignoble des Côteaux du Layon*, *Les terroirs viticoles* - Actes du colloque du 17-18 juillet 1996 à Angers - France.

COMPAGNON, F., (1995) *Etude des limites géographiques de deux zones de cru du Comté - Caractérisation du terroir de 7 fruitières*, CIGC Poligny.

COMPAGNON, F., (1997) *La flore des prairies destinée à l'AOC Comté*, CIGC Poligny.

CORROLER D. et GUEGUEN M., (1997) *Diversité génétique des Lactocoques isolés de laits crus au sein de la zone d'Appellation d'Origine du Camembert* [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

DELACROIX-BUCHET A. et alii, (1997) *Effet de la race tarentaise sur la spécificité organoleptique du fromage de Beaufort* [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

ELISKASE-LECHNER F., ROHM H., JAROS D., (1997) *The effect of pasteurization on Austrian Bergkäse: evolution of microflora and role of raw milk* [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

FOX P., MC SWEENEY P., UR-REHMAN S. (1997) *Contribution of the microflora of raw milk to the maturation of Cheddar cheese* [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

GERMON J.-C., (1997) *Sol et microbiologie*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

GRAPPIN R., (1997) *Introduction sur les connaissances actuelles concernant le rôle de la microflore du lait pendant l'affinage et son influence sur la qualité sensorielle des fromages au lait cru*, [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

HAUWUY A. et alii, (1996) *Qualité du lait et des fromages*, GIS Alpes du Nord, Chambéry.

LEBON E., (1997) *De l'influence des facteurs pédo et mésoclimatiques sur le comportement de la vigne et les caractéristiques du raisin. Application à l'établissement de critères de zonage des potentialités qualitatives en vignoble à climat semi-continental*, Thèse de doctorat - Dijon.

LINDEN G., CHAMBA J.-F., (1994) La typicité des fromages : une réalité, un objectif, *Science des aliments* n°5, vol.14, Lavoisier abonnements - Paris.

MARTIN B., BUCHIN S. (1997) *Influence des flores d'alpage sur les caractéristiques chimiques et sensorielles du fromage d'Abondance* [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

MARTIN B., COULON J.-B., (1995) Facteur de production du lait et caractéristiques des fromages. Influence des caractéristiques des laits et des pratiques fromagères sur les caractéristiques du Reblochon de Savoie fermier, *Lait* n°75.

MONNET J.-C., (1996) *Caractérisation fonctionnelle d'unités cartographiques prairiales dans le massif du Jura. Application à la définition des terroirs du Comté*, Thèse de doctorat, Université de Franche-Comté.

MORLAT R., (1989) *Le terroir viticole : contribution à l'étude de sa caractérisation et de son influence sur les vins. Application aux vignobles rouges de la moyenne Vallée de la Loire*, Thèse d'Etat, Université Bordeaux II.

MORLAT R., (1996) Elements importants d'une méthodologie de caractérisation des facteurs naturels du terroir, en relation avec la réponse de la vigne à travers le vin, *Les terroirs viticoles* - Actes du colloque du 17-18 juillet 1996 à Angers - France.

NANNI M., (1997) *Evolution of mesophilic and thermophilic lactic acid bacteria during ripening of Parmigiani-Reggiano Cheese* [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

OFFICE DES VINS VAUDOIS, (1979) *Pays de Vaud, pays du vin*.

PAPIN C., (1996) Les motivations du vigneron en quête de l'expression "terroir", *Les terroirs viticoles* - Actes du colloque du 17-18 juillet 1996 à Angers - France.

SALETTE J., (1996) Le lien du territoire au produit : réflexions sur l'ensemble "terroir-vigne-vin", in *La qualité dans l'agroalimentaire, émergence d'un champ de recherches*, INRA.

SAUVAGEOT F., (1994) Les sciences de l'aliment et le concept de typicité, *Science des aliments* n°5, vol.14, Lavoisier abonnements - Paris.

SOUSA J., MALCATA X., (1997) Role of thistle on the specificity of goat's and sheep's cheeses from Portugal, *Colloque "Du terroir au goût des fromages"* - Besançon, 27-28 novembre 1997.

Aspects sociaux, économiques, politiques et historiques

BARJOLLE D., (à paraître) *Effet économique de la protection juridique des noms en tant qu'AOC*.

BARJOLLE D., BUSSY C., (1996) *Protection et promotion des signes distinctifs des produits agro-alimentaires*, IER-EPFZ, Lausanne.

BARJOLLE D., BUSSY C., MESPLOU P., (1994) *Gestion et promotion des signes de reconnaissance dans l'Union Européenne*, IER-EPFZ, Lausanne.

BARJOLLE D., CHAPPUIS J.-M., DUFOUR M., (1997) *L'abricot Luizet du Valais et sa filière*, IER-EPFZ, Lausanne.

BERARD L., MARCHENAY P., (1995) " Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir ", *Terrain*, n° 24, mars 1995.

BERARD L., (1996) La reconnaissance juridique des productions de terroir : comment traiter le culturel ?, in *La qualité dans l'agroalimentaire, émergence d'un champ de recherches*, INRA.

BERARD L., MARCHENAY P., (1997) Les AOC: comprendre l'histoire et la culture [Communication au colloque "Du terroir au goût des fromages" - Besançon, 27-28 novembre 1997].

BERARD L., MARCHENAY P., (1997) Rosette et Rosette de Lyon. Eléments historiques et ethnologiques, Centre de promotion des produits agricoles et alimentaires de qualité supérieure.

BOISARD P., LETABLIER M.-T., (1986) *Liens locaux de production et standards industriels*, Dossier de recherche CEE, Paris.

BOISARD P., LETABLIER M.-T., (1987) " Le Camembert, normand ou normé - deux modèles de production dans l'industrie fromagère ", *Cahier du centre d'études et de l'emploi*, n° 30.

BOISSEAUX S., (1995) Une agriculture multifonctionnelle pour le Jura Vaudois ?, Mémoire de DESS - Université Pierre Mendès-France, Grenoble.

CASABIANCA F., VALCESCHINI E., (1996) Synthèse générale, *La qualité dans l'agroalimentaire, émergence d'un champ de recherches*, INRA.

DE SAINTE MARIE C., (1996) Spécification des produits et appropriation juridique, *La qualité dans l'agroalimentaire, émergence d'un champ de recherches*, INRA.

DE SAINTE-MARIE C., PROST J.-A., CASABIANCA F., CASALTA E., (1995) La construction sociale de la qualité - Enjeux autour de l'Appellation d'Origine Contrôlée "Brocciu corse", in Nicolas F., Valceschini E., *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*, INRA - Economica, Paris.

DEDEIRE M., (1995) *L'agriculture de terroir, co-composante du territoire*, [Communication au séminaire " Qualification des produits et des territoires ", Toulouse, 2-3 octobre 1995, INRA].

DELFOSSÉ C., (1992) *La France fromagère de 1800 à nos jours*, Thèse pour le doctorat de géographie, Université de Paris I.

DELFOSSÉ C., (1995) L'émergence de deux conceptions de la qualité du fromage dans l'entre-deux guerres, in Nicolas F., Valceschini E., *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*, INRA - Economica, Paris.

FANET J., (1996) Prise en compte de la notion de terroir dans les AOC en France : aspects culturels, *Les terroirs viticoles* - Actes du colloque du 17-18 juillet 1996 à Angers - France.

GIRAUD G., LAGRANGE L., TROGNON L., (1997) Les produits alimentaires de terroir et la grande distribution, *Colloque SFER "Marketing et distribution"*, Montpellier, 22-23 mai 1997.

HERMITTE M.-A., (1996) Les appellations d'origine dans la genèse des droits de propriété intellectuelle, in *La qualité dans l'agroalimentaire, émergence d'un champ de recherches*, INRA.

INAO, (198?) *L'Appellation d'Origine Contrôlée, vins et eaux de vie*, INAO, Paris.

LACOSTE Y., (1985) Géographie et histoire, *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 79, 1985.

LAGRANGE L., TROGNON L., (1995) *Produits alimentaires des terroirs du Massif Central*, ENITA Clermont-Ferrand.

LENCLUD G., (1987) La tradition n'est plus ce qu'elle était, *Terrain* n°9.

LENCLUD G., (1994) Qu'est-ce que la tradition ?, in Detienne M., *Transcrire les mythologies : tradition, écriture, historicité*, Albin-Michel, Paris.

LETABLIER M.-T., (1997) *L'art et la matière - Savoir et ressources locales dans les productions spécifiques*, Centre d'Etudes de l'Emploi - Noisy le Grand (F).

LETABLIER M.-T., DELFOSSE C., (1995) Genèse d'une convention de qualité. Cas des appellations d'origine fromagères, in Allaire G., Boyer R., *La grande transformation de l'agriculture*, INRA-Economica, Paris [Collection agricole et agro-alimentaire].

LETABLIER M.-T., NICOLAS F., (1994) Genèse de la typicité, *Science des aliments* n°5, vol.14, Lavoisier abonnements - Paris.

MESNIER J., (1997) Analyse sémantique et projet de définition du terroir, *AIDV/IWLA Bulletin* n°12, août 1997.

PREISWERK Y., (1991) En Gruyère, le Gruyère, *Ethnozootechnie* n°47, Société d'ethnozootechnie - Paris.

RICARD D., (1994) *Les montagnes fromagères en France*, CERAMAC - Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand.

SCHEFFER S., SYLVANDER B., (1997) *The effects of institutional changes on qualification processes : a survey at the French Institute for Denomination of Origin (INAO)*, INRA-UREQUA, Le Mans.

SYLVANDER B., (1995) Convention de qualité, concurrence et coopération in Allaire G. , Boyer R. (eds), *La grande transformation de l'agriculture*, Economica/INRA, Paris [Collection agricole et agro-alimentaire].

SYLVANDER B., (1996) Les controverses sur la politique de la qualité: les dispositifs d'ajustement et la certification, in *La qualité dans l'agroalimentaire, émergence d'un champ de recherches*, INRA.

SYLVANDER B., LASSAUT B., (1994) L'enjeu économique de la qualité sur les marchés des produits agro-alimentaires, in Multon J.-L. (ed), *La qualité des produits alimentaires - politique, incitations, gestion et contrôle*.

THEVENOT L., (1989) Equilibre et rationalité dans un univers complexe, *Revue économique* 2.

TROGNON L, (1996) *Typicité et typicalité, différences et complémentarités pour le positionnement des produits alimentaires*, Mémoire de DEA - Université de Clermont I, ENITA Clermont-Ferrand.

VALCESCHINI E, NICOLAS F., (1995) La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire, in *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*, INRA-Economica, Paris.

VOUTAT B., (1993) Le conflit du Jura suisse et les identités collectives, *Espaces temps Les Cahiers*, n°51-52, 1993.