

Localiser les produits et valoriser les spécialités locales Une dynamique générale et foisonnante

Marie-Christine Cormier-Salem*, Bernard Roussel**

Dans les pays du Sud, promouvoir et valoriser les productions et spécialités locales est une tendance lourde : en témoignent les contributions, aussi riches que diversifiées réunies dans cet ouvrage et les nombreuses communications scientifiques proposées au Colloque international consacré à la question [Unesco, Paris, juin 2009]¹. On peut voir dans cette dynamique partout constatée le reflet d'une volonté politique mondialisée [Jasanoff, 2004]. Sous l'influence plus ou moins diffuse de grandes instances internationales comme la Banque mondiale, le FMI ou la Fao, les États se réforment, s'engagent dans la voie de la décentralisation et en privilégiant des modes de gouvernance plutôt qu'un gouvernement, tentent de coordonner « *un tissu mouvant d'acteurs variés qui interviennent aux diverses échelles* » [Tubiana, 2005]. Dans ce cadre, le local et le collectif sont reconnus comme des niveaux pertinents [Ostrom, 1990] et la société civile est incitée à s'impliquer dans les politiques de développement. Les communautés rurales, autochtones ou simplement locales, pour reprendre la terminologie chère à la Convention sur la Diversité Biologique, sont présentées comme les partenaires idéaux, et d'ailleurs souvent idéalisés, des politiques de développement durable. Plutôt que de recourir à une réglementation étatique globale, les gouvernements font de plus en plus appel à des instruments basés sur la contractualisation, point commun à toutes les démarches, en cours ou projetées, décrites et analysées dans les articles réunis dans ce numéro de la revue *Autrepart*.

Si les initiatives se multiplient dans la plupart des pays du Sud, elles ne correspondent pas toutes aux mêmes stratégies et le champ de leurs objectifs est largement ouvert. Les communications réunies montrent clairement l'émergence de trois grandes tendances : la promotion des productions et spécialités locales au service du développement économique local ; leur prise en compte dans des

* Géographe, Institut de recherche pour le développement (IRD), UMR 208 (IRD/MNHN), Paris.

** Ethnobotaniste, Muséum national d'histoire naturelle (MNHN), UMR 208 (IRD/MNHN), Paris.

1. Ce colloque organisé sous l'égide de l'Unesco, de l'IRD, du MNHN et du Cirad, avec le soutien de la FRB, du FFEM, de l'Iddri et de la Fondation Entreprise Hermès, s'intitule « Localiser les produits : une voie durable au service de la diversité biologique des Suds ? ». Il vise notamment à diffuser les recherches menées dans le cadre du programme BIODIVALLOC (ANR05 BDIV002).

politiques de conservation et de valorisation de la diversité biologique et culturelle ; enfin, leur instrumentalisation dans des processus plus larges de revendications territoriales et identitaires.

Les études de cas concrets dans des contextes écologiques, politiques, économiques et sociaux diversifiés montrent le foisonnement actuel de ces démarches : à la diversité des stratégies correspond aussi la multiplicité des instruments utilisés parmi lesquels figurent aussi bien des outils déjà classiques, en particulier dans les pays du Nord, que des dispositifs originaux et moins formalisés. Les travaux présentés ici s'interrogent sur les logiques qui sous-tendent ces stratégies, mettent en évidence les innovations dont elles sont porteuses et tentent d'en explorer les limites et les insuffisances.

L'objectif de ce numéro est simultanément d'explorer les liens entre les processus et dispositifs de valorisation des produits et spécialités locales d'une part, et la biodiversité d'autre part. Le terme de biodiversité est pris ici au sens large, c'est-à-dire aussi bien dans ses aspects biologiques (paysagère, écosystémique, spécifique et infraspécifique) que dans ses dimensions culturelles : représentations et savoirs, savoir-faire et pratiques. Bien que l'établissement clair de bilans précis et significatifs, dans des contextes de dynamiques encore naissantes ou de processus en majorité récents, ne soit pas chose aisée, la plupart des communications s'efforcent de donner des indications, parfois prospectives, souvent plus qualitatives que quantitatives, de prévoir des tendances et de dégager des perspectives. Ces résultats rejoignent en cela les travaux conduits dans des contextes européens où les formes les plus sophistiquées de protection des « produits de terroir » (les appellations d'origine) sont maintenant considérées sous l'angle de la conservation de la nature, permettant aussi bien le maintien des ressources et des paysages, la valorisation des savoir-faire locaux que, par exemple, la re-qualification de territoires en crise [Bérard et Marchenay, 2004].

Des stratégies diverses et plurielles, entre le local et le mondial

La localisation des productions et la valorisation des spécialités locales ne s'intègrent pas dans des stratégies uniques mais ont en général plusieurs objectifs qui entrent en synergie ou au contraire se contrarient. Les auteurs se sont efforcés de rendre compte de cette pluralité même s'ils ont choisi, pour commencer à dévider le fil de leur propos, de privilégier tel ou tel aspect. Ce sont ainsi les stratégies de développement local qui ont servi d'entrée à plusieurs auteurs : dans nombre de cas, s'appuyer sur la promotion de productions locales, en faire des spécialités reconnues sur les marchés, apparaît comme un outil de croissance économique. L'article de Y. Poncet, F. Reyes et T.S. Kone nous emmène au Chili où, depuis 2006, les préoccupations et mesures étatiques font de la promotion de la production alimentaire territorialisée le fer de lance des politiques de lutte contre la pauvreté en milieu rural. L'entreprise brésilienne *Natura*, dont l'article de B. Buclet et C. Belas nous narre les démêlés avec des vendeuses d'herbes amérindiennes, a placé un cosmétique, le *priprioca*, subtil extrait d'un *Cyperus* de la

forêt amazonienne, au centre d'une campagne de marketing et de recherche de marchés « de niche », basée sur l'association entre l'image de l'entreprise et le développement socialement et écologiquement durable des communautés locales. *Natura*, dans la logique de son propre développement, a vu dans la production éthique de ce cosmétique une porte d'entrée vers les marchés internationaux et a passé des contrats avec des vendeuses-fabricantes de *Ver-o-Peso* et une vingtaine de communautés « traditionnelles » assurant le respect de la sociobiodiversité tout en offrant des opportunités économiques aux producteurs locaux.

D'une manière générale, les marchés internationaux sont, relativement à ces thèmes, bien plus porteurs que les débouchés locaux et régionaux. Grands dévotours d'images, ils sont en perpétuelle demande d'innovations et de garanties nouvelles. R. Simenel, L. Auclair, G. Michon et B. Romagny soulignent d'emblée comment l'explosion de la demande internationale en huile d'argan s'accompagne de plus en plus souvent d'exigences de qualité et de spécificité propices à la promotion de spécialités locales et à la construction d'un dispositif de valorisation fondé sur l'origine géographique du produit. Ce goût international pour le local est certes une bonne opportunité mais, comme nous le font remarquer M. Francois, P. Seyrevath et J.M. Brun dans leur analyse des dynamiques cambodgiennes, la notoriété commerciale génère aussi un besoin urgent d'outils permettant de pallier les risques graves d'appropriation des ressources, des savoir-faire paysans et des réputations, de spoliation des communautés rurales, d'usurpation et de fraudes au profit, par exemple, de firmes commerciales.

D. Marie-Vivien, C. Garcia, B. Moppert, C.G. Kushalappa et P. Vaast, à partir du cas des Ghâts occidentaux (Inde), abordent une autre problématique, pertinente dans bien des pays du Sud comme du Nord : l'échec avéré des programmes intégrés de conservation et de développement oblige à explorer de nouvelles voies pour concilier ces deux objectifs, en ayant recours au marché. Trois stratégies de valorisation d'un café réputé, provenant de la région du Coorg, sont décortiquées et analysées. Mises en place par des acteurs locaux, stimulées par des instances étatiques très volontaristes, elles sont porteuses de l'espoir d'associer la valeur économique des productions locales et la valeur patrimoniale de leur paysage d'origine. Cette approche s'impose avec plus ou moins de force dans de nombreux cas. La contribution offerte par E. Biénabe, M. Leclercq et P. Moity-Maïzi nous montre comment, en s'immisçant dans les négociations et les concertations qui accompagnent la construction en indication géographique (IG) du *rooibos*, célèbre « thé rouge » d'Afrique du Sud, la question de la biodiversité, en particulier celle de l'intéressant écosystème aride *fynbos*, a servi de moteur dans la construction de la démarche. Elle a permis d'articuler en un même objectif de conservation, différentes formes de production et de valorisation et de créer, à travers la codification sélective de « bonnes pratiques », des référents communs aux différents acteurs impliqués dans les processus de valorisation.

À la différence de l'Inde, du Brésil ou encore de l'Afrique du Sud, où les réflexions sur ces questions sont déjà bien avancées, la Mongolie est un terrain

encore peu exploré par les études sur les productions localisées. Pourtant, nous expliquent L. Gardelle et S. Ruhlmann, ce pays est devenu, depuis son accession à l'Indépendance, le théâtre de plusieurs tentatives et projets de valorisation de spécialités locales, viandes et produits laitiers exceptionnels, issus d'un écosystème steppique original et de cultures nomades millénaires. Parmi les trois arguments majeurs qui reviennent chez les gouvernants comme chez les entrepreneurs, le caractère écologique de la production pastorale² qui respecte l'environnement aride et fragile de la Mongolie occupe une position centrale : il est mis en avant comme garantie de la qualité des produits offerts, « purs » (*cever*), qui sont proposés aux Mongols comme au reste du monde via l'exportation. Il renforce l'argument culturel et identitaire qui pointe l'importance de la production et du développement de vrais produits du terroir, emblématiques du pays et donc « authentiquement mongols » (*zhinhene mongol*).

Il est à souligner que les contributions se réfèrent toutes à la notion de « qualité » sans réellement l'explicitier. Si la distinction entre qualité « intrinsèque » et « extrinsèque »³ est bien mentionnée, elle n'est guère théorisée. Peut-être est-ce dû au fait que la qualité notamment environnementale relève davantage de la rhétorique, de l'« écologiquement correcte » que de la réalité ?

Dans le contexte des productions localisées, la préservation de la diversité n'est que rarement une fin en soi, aux dimensions philosophiques et morales, comme nous le rappelle l'article de C. Arouca Belas, B. Buclet, et D. Fortunato Barbosa de Lima. C'est plutôt une nécessité qui conditionne l'accès aux ressources et leur appropriation, qui est le plus souvent liée au maintien de conditions de production, qui permet la pérennité des systèmes de production et qui est enfin une garantie de la qualité des produits. Dans la Pampa brésilienne, où nous emmène l'article de C. Cerdan, D. Vitrolles, C. Delfosse, C. Quiumento Velloso et C. Nabinger, l'indication géographique chargée de promouvoir la « viande de bœuf des prairies » se doit obligatoirement d'inclure des recommandations concernant les écosystèmes herbeux où la surexploitation, l'introduction d'espèces invasives, la plantation d'eucalyptus provoquent la raréfaction des ressources fourragères naturelles. Le même article met également l'accent sur les dangers qui menacent un autre niveau de la biodiversité, l'infraspécifique, à savoir la raréfaction d'une variété de vigne, le cépage Goethe, sur lequel repose l'originalité d'une production locale de vin.

2. Il est intéressant de noter à propos de cet article, l'opinion affichée par les autorités mongoles : « *il y a donc un grand avenir pour l'élevage nomade mongol qui est respectueux de l'environnement et correspond bien à la demande de produits sains et naturels. Pour s'adapter à la modernité il ne faut pas renier le pastoralisme nomade, au contraire le pastoralisme nomade est adapté à la modernité* ». Ces positions contrastent quelque peu avec celles couramment affichées dans d'autres contextes, en Afrique de l'Ouest et de l'Est où Peuls, Touaregs, Masaïs et Afars peinent souvent à faire reconnaître leurs modes de vie.

3. La qualité « intrinsèque » relève des produits eux-mêmes de par leur valeur gustative, nutritionnelle ou encore sanitaire, quand la qualité « extrinsèque » est conférée par les conditions d'exploitation, de transformation et de commercialisation (respect de l'environnement, pratiques responsables et durables, lutte contre la pauvreté, partage équitable des bénéfices engendrés par les Aires Protégées, etc.) [Charles et Boude, 2004].

La part culturelle de la biodiversité (construction des paysages, sélection des variétés végétales et des races animales mais aussi usages et pratiques, savoir et savoir-faire) est en effet essentielle dans toutes ces questions de production localisée, non seulement parce qu'elle est souvent à l'origine de la spécificité des produits, mais aussi parce qu'elle intègre des dimensions territoriales, identitaires et patrimoniales fortes dont dépendent les conditions de production⁴ et d'accès aux ressources. L'article de S. Muller, bien qu'essentiellement prospectif, montre bien comment la naissance de filières de commercialisation des spécialités insulaires et de nouveaux réseaux de circulation quasi-spontanés des tubercules (ignames, taros, manioc, patate douce) a déjà provoqué le « décloisonnement des territoires traditionnels » et pourra probablement constituer un outil très intéressant dans le cadre de la redéfinition des territoires et de l'identité de l'archipel du Vanuatu.

Finalement, à la lecture de cet ensemble de textes, on saisit bien les attentes très fortes qui pèsent sur les démarches de prise en compte et de valorisation des productions localisées. On comprend pourquoi, dans le cadre de la Convention sur la diversité biologique et de son célèbre article 8J, nombre d'analystes ont présenté la reconnaissance et la valorisation des « produits de terroir » comme le fer de lance des dispositifs de conservation et de partage des avantages issus de la biodiversité⁵. On comprend aussi que des attentes si diversifiées et si nombreuses, correspondant à des contextes très différents tant sur le plan social, environnemental que politico-économique, ne peuvent se satisfaire du recours à un seul type d'instrument, une seule sorte de démarche. La plupart des communications évoquent les difficultés qu'il y a à choisir les bons outils, les bons processus,

4. Bien qu'elles n'aient pas donné lieu à des contributions dans cet ouvrage, deux approches originales méritent d'être signalées. La première consiste en la reconnaissance des « systèmes agroalimentaires localisés », concept intégrant à la fois territoire, relations humaines-produits, productions et habitudes alimentaires. La valorisation de ces systèmes s'appuie souvent sur la promotion, voire la valorisation de productions localisées [Muchnik *et al.*, 2008]. La deuxième se situe au Brésil et concerne la reconnaissance des systèmes agricoles « traditionnels » comme patrimoine immatériel, qui dans ses démarches prend aussi en compte des spécialités locales [Empereire *et al.*, 2008].

5. Il est intéressant de noter qu'aucune des réponses à notre appel à communications n'a privilégié comme terrain, des espaces protégés, et ne s'est penché sur les initiatives visant à un partage équitable des bénéfices issus de la conservation de la biodiversité. Pourtant, les démarches de valorisation des biens et services issus des parcs et des réserves commencent à prendre de l'ampleur dans les pays du Nord : en France, les marques de parcs régionaux, signes de reconnaissance collectifs, sont développées dès le milieu des années 1990 dans une optique de développement solidaire et durable [Angeon *et al.*, 2006]. À une échelle internationale, le programme MAB de l'Unesco a lancé en 2002 un projet de soutien des « économies de qualité » à travers la labellisation et le marquage des biens et services issus des réserves de biosphère [Dogsé, 2006]. Si, en Europe, plusieurs produits – agroalimentaires, artisanaux, cosmétiques – sont ainsi différenciés par un label de « marque de parc », les démarches sont plus discrètes et très récentes dans les autres régions du monde, ce qui justifie qu'elles n'aient pas retenu l'attention des auteurs de ce numéro. Néanmoins, les réflexions se développent très rapidement. Évoquons à ce propos, le projet d'écocertification de la pêcherie de mullet en Mauritanie, visant à la conservation des stocks de poisson du banc d'Arguin, mais aussi au maintien du savoir-faire des femmes de pêcheurs imrågen [Bernardon et Vall, 2004 ; Boulay, 2008 ; Cormier-Salem, 2008] ou encore les projets de certification des produits des réserves de biosphère, comme au Niger, avec le miel « Biodiversité » du parc du W [CNEDD, 2009, p. 23 et 73], dans les oasis marocains avec le parfum de rose, ou encore au Brésil avec les produits forestiers de la *Mata Atlantica*. [CNEDD, 2009 p. 23 et 73].

les bonnes stratégies et mettent l'accent sur la subtilité du jeu des acteurs impliqués dans ces dynamiques.

Diversité des concepts, des outils et des démarches

L'éventail d'instruments qu'ouvrent les articles de cet ouvrage est particulièrement large et peut s'inscrire tout entier entre deux exemples aussi emblématiques qu'opposés. D'un côté, la situation du Vanuatu où, selon S. Muller, aucune initiative formelle de promotion et de protection juridique des spécificités locales n'a encore dépassé le stade embryonnaire. Le lien entre une variété de tubercule et son lieu d'origine recouvre, aux yeux des acteurs locaux, un tel degré d'évidence que l'auteur parle de « label implicite ». Toute entreprise de sensibilisation des producteurs à la question des droits de propriété intellectuelle sur leurs variétés de tubercules les plus précieuses, ne rencontre qu'un écho poli tant il apparaît clairement aux yeux de tous, que, transplantées en dehors de leurs territoires, elles ne sauraient, de toute façon, se développer convenablement. D'une manière plus générale, les filières reposant sur la reconnaissance d'une qualité liée à la provenance existent partout, et depuis fort longtemps, dans tous les pays du Sud sans qu'il y ait pour autant recours à des instruments officiels légaux formalisés : les normes sont édictées par les différents acteurs de la filière, du producteur au client, et la traçabilité est plus ou moins respectée tout le long des chaînes commerciales.

À l'opposé de la situation des tubercules vanuatais, le cas du café du Coorg, en Inde du Sud, montre comment la valorisation d'un même produit peut conduire à l'enchevêtrement complexe de marques commerciales, d'écolabels et d'indications géographiques aux conséquences socio-environnementales diversifiées. C'est d'ailleurs plutôt dans la combinaison de ces différents outils, dans leur hybridation, plus que dans leur nature même, que réside l'originalité des démarches entreprises dans les pays du Sud⁶. En effet, l'essentiel des instruments sollicités sont connus et classiques et se retrouvent dans tous les contextes, y compris européens : par exemple, les différents labels éthiques, bio et les écocertifications, particulièrement développés en Amérique latine où ils ont souvent été sinon conçus du moins perfectionnés, sont soit calqués sur ce qui existe ailleurs soit tout simplement les mêmes que ceux employés partout, de la « grenouille verte » de *Rain Forest Alliance*, aux labels AB ou Max Havellar, etc. Les modèles de systèmes d'indications géographiques à l'œuvre ou projetés sont largement inspirés, mais aussi assez fortement adaptés, de ceux qui existent en Europe. Ainsi la loi brésilienne, que nous présente l'article de C. Cerdan, D. Vitrolles, C. Delfosse, C. Quiumento

6. Parmi les rares systèmes de reconnaissance et de valorisation des provenances, spécifiques au Sud, il faut mentionner ceux qui concernent les cafés : relativement récents, ils répondent aux exigences nouvelles de traçabilité, de qualité et de diversité, des consommateurs occidentaux [Daviron, 2003]. En Éthiopie, d'après nos enquêtes personnelles et selon V. Boisvert et C. Adolphe, les provenances destinées au marché international (*Harar, Yirga Cheffe, Sidamo...*) sont définies par un *cup profile* contenant à la fois des données environnementales (lieux de production et de commercialisation, altitudes, éco- et agrosystème), des modes de transformation (séchés ou lavés) et des caractéristiques organoleptiques, odeur, goût..., de la boisson.

Velloso et C. Nabinger, reconnaît les IG comme un droit collectif et distingue deux signes : l'indication de provenance (IP), nom géographique d'une région, d'un pays ou d'une localité, ayant acquis une notoriété comme centre de production, de fabrication ou d'extraction d'un produit ou d'une prestation de service ; la dénomination d'origine (DO) y ajoute des critères de qualité et de spécificité liés exclusivement ou essentiellement à l'environnement naturel et culturel, lien dont il faut apporter d'ailleurs la « preuve scientifique ». Dans le champ de la valorisation et de la protection des savoirs locaux, le Brésil fait vraiment figure de pays leader et innovateur : déjà, dans le cadre de la rédaction de la constitution de 1988, une loi a été proposée pour la protection et l'enregistrement des biens culturels immatériels⁷. La loi sur les indications géographiques a été proposée dès 1996, à la suite des accords ADPIC de l'OMC⁸, en 1995. Comment valoriser ce qui fait l'identité et la spécificité locale ? L'IG apparaît comme un instrument économique de valorisation des ressources locales spécifiques au bénéfice des acteurs locaux, notamment les producteurs.

Auteurs	Pays	Produits	Instruments évoqués ou mis en place
Biénabe <i>et al.</i>	Afrique du Sud	<i>Rooibos</i>	Marque collective, indication géographique, label équitable
Buclet B. & Belas	Brésil	Cosmétiques (<i>priprioca</i>)	Marques et contrats
Cerdan <i>et al.</i>	Brésil Sud	Viandes, vins	Indications géographiques (IP et DO)
François M. <i>et al.</i>	Cambodge	Riz, sucre et épices	Indications géographiques
Gardelle & Ruhlmann	Mongolie	Viande, laits et laitages	Label bio
Linck et Barragan	Mexique	Fromage <i>cotija</i>	Indications géographiques
Marie-Vivien <i>et al.</i>	Indes (Ghats Occ.)	Café	Indications géographiques, marques, écocertifications
Muller	Vanuatu	Tubercules alimentaires	« Label implicite » local, AOC

7. Un « Institut du patrimoine historique et artistique national du Brésil » (IPHAN) a été créé, au Brésil, qui reconnaît et enregistre ce patrimoine naturel, correspondant par exemple à des systèmes de production localisés [Simoni *et al.*, 2008].

8. Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce.

Poncet <i>et al.</i>	Chili	Vin, alcools, fruits secs, viande séchée, fromage	Marques, labels, appellation d'origine
Simenel <i>et al.</i>	Maroc	Huile d'argan	Marques, écocertifications, label bio

Ce que montre aussi notre vaste échantillon de situations, c'est que la très grande majorité des initiatives et des démarches collectives sont d'origine exogène, soit qu'elles émanent de gouvernements ou d'instances internationales, soit d'ONG, internationales ou non. C'est particulièrement le cas dans des contextes comme celui de la Mongolie, de la Région de Coquimbo au Chili ou du Vanuatu où, selon les auteurs, l'idée d'instruments de propriété intellectuelle n'a pas encore fait son chemin dans les mentalités locales. En Inde, les propriétaires des IG sont à 75 % des entités émanant du gouvernement. Au Cambodge par exemple (François *et al.*), le développement des IG fait partie de la stratégie du Gouvernement Royal et les ministères du Commerce et de l'Agriculture en sont des promoteurs, à ce point centraux et déterminés, que cela compromet quelque peu l'adoption des innovations organisationnelles (restructuration des filières et des associations de producteur...) que les IG impliquent.

Il n'en reste pas moins que plusieurs des instruments sollicités, projetés ou souhaités, sont par essence ascendants (*bottom up*). En Inde par exemple, le *GI Act* met en œuvre un droit collectif, avec un cahier des charges comprenant la description du produit et de sa spécificité, de son histoire, de l'environnement naturel et culturel, comprenant des facteurs physiques et humains (méthode de production), ainsi qu'une carte de l'aire délimitée. Le déposant de la demande d'IG doit représenter les intérêts des producteurs et, une fois celle-ci acceptée, tous les producteurs respectant le cahier des charges sont enregistrés auprès du bureau des IG. En Afrique du Sud, la mise en place d'une IG est l'occasion d'une vaste concertation entre les divers acteurs de la filière *roiboos*, incluant en particulier les petits producteurs locaux issus des « *coloured minorities* ».

Les démarches présentées sont sous-tendues par trois grands principes : la reconnaissance de la légitimité du niveau local ; le principe des paiements pour services environnementaux (PES) et enfin le concept de « produit de terroir ».

Ce sont les débats autour des questions de durabilité et de conservation de la biodiversité qui ont définitivement attiré l'attention globale sur les savoir-faire locaux [Roussel, 2005]. C'est la Convention sur la Diversité biologique, dans son article 8j, qui a donné une impulsion définitive à leur reconnaissance, en leur conférant un statut de patrimoine, et instaurant les communautés locales comme bénéficiaires du partage des avantages [Cormier-Salem et Roussel, 2002].

La notion de Service environnemental, nous rappellent Garcia *et al.*, a été popularisée en 2005 par le *Millenium Ecosystem Assessment* : le principe de

paiement des acteurs locaux pour services environnementaux (PES), en échange de l'adoption par ces derniers de pratiques de gestion respectueuses de l'environnement, a largement contribué à mettre en avant les productions localisées. Le consommateur choisit de payer plus cher les produits car leur mode de production assure le maintien des services environnementaux considérés.

Quant au terme de « produit de terroir », il est utilisé sans aucune justification par la plupart des auteurs, tant il va de soi que ce concept correspond dans les pays du Sud à des réalités de terrains. En Afrique du Sud, selon Leclercq *et al.*, le *rooibos* possède de nombreuses caractéristiques propres aux produits de terroir : endémicité, territorialité, production dotée d'une histoire locale reconnue, etc. L'analyse est la même pour l'argan ou pour les nombreuses spécialités du Cambodge. Et si le terme n'existe pas dans les langues locales, c'est souvent le mot français qui est employé, comme nous le font remarquer Reyes *et al.* Toutefois, il prend parfois un contenu différent du contenu français, ses dimensions historiques et géographiques étant, sinon absentes, du moins très différentes de ce qu'elles sont en Europe, et il devient simplement un produit de qualité dont on connaît l'origine.

C'est vers ce concept de « produit de terroir »⁹ et vers les formes les plus sophistiquées de sa reconnaissance et de sa protection (les systèmes d'indications géographiques, appellations d'origine ou marques collectives) que se tournent un bon nombre des textes de ce numéro. Certes, par essence, les certifications environnementales sont les seules à faire explicitement mention de la protection de la biodiversité mais les indications géographiques, grâce à un de leurs éléments techniques fondamentaux, le « cahier des charges », sont suffisamment souples pour inclure des pratiques respectueuses de la biodiversité, y compris quant au bien-être animal. Quant aux marques, l'expérience montre que leurs titulaires se fixent généralement des objectifs de rentabilité souvent bien éloignés des préoccupations environnementales.

La réussite du modèle européen d'IG, d'implantation déjà ancienne, n'est probablement pas pour rien dans cet engouement : les AOC françaises et autres IGP européennes ont largement fait leurs preuves en tant qu'outils de conservation, permettant aussi bien le maintien des savoir-faire et des sociétés locales que celui des paysages et des ressources [Bérard et Marchenay, 2004]. Elles ont aussi largement contribué à l'augmentation de la qualité des produits : ce dernier aspect est une des priorités des producteurs du *rooibos* qui, face à un marché en pleine

9. Encore une fois, la réalité de terrain diffère quelque peu de celle des débats et analyses théoriques. Ainsi le concept assez récent de « patrimoine bioculturel collectif » (*Collective biocultural heritage*) qui fait flores dans plusieurs forums en liaison notamment avec la question « autochtone », ne semble guère trouver d'échos dans les démarches concrètes qui sont décrites, même dans les contextes latino-américains où la reconnaissance des « peuples indigènes » est pourtant fort avancée. Rappelons que ce concept y est souvent préféré, car il ajoute au contenu de « terroir », des considérations d'appartenance identitaire et territoriale qui vont dans le sens des revendications de reconnaissance et d'autonomie portées par les peuples autochtones [Argumedo et Stenner, 2008].

croissance, perçoivent bien la menace d'une baisse de qualité du produit due à l'intensification des cultures et à l'expansion du territoire de production.

Des plus simples instruments de valorisation des spécialités locales aux plus sophistiqués des systèmes de reconnaissance des produits de terroir, on trouve toujours les mêmes démarches, dont les conséquences sont souvent très lourdes : la mobilisation et la réorganisation des divers acteurs des filières, l'élaboration de normes de qualité et de spécificité des produits et des productions, en liaison avec la délimitation d'un territoire et la mise en place d'instruments de traçabilité, de contrôle et de suivi.

Les impacts : des espoirs et des risques

Certains des articles (sur le Vanuatu, le Chili ou la Mongolie et aussi sur l'IG *rooibos* en Afrique du Sud) sont plus prospectifs que descriptifs et s'attachent surtout à repérer les points de tension entre les pratiques juridico-légales liées à la préservation de la sociobiodiversité et les réalités socio-économiques et culturelles dans lesquelles elles sont mises en place. Mais les autres études portent sur des dynamiques à l'œuvre depuis suffisamment longtemps pour que de premiers bilans puissent être dressés, même s'ils ne sont souvent que partiels et provisoires.

La plupart des auteurs s'accordent sur un premier point : l'association de droits de propriété intellectuelle à des pratiques ou coutumes diffuses et non spécifiquement attribuées à un individu ou groupe social précis, ou encore à une personne juridique, est extrêmement hasardeuse. L'exemple le plus spectaculaire nous est fourni par la valorisation du *priprioca* par la société brésilienne *Natura* : en passant un contrat avec cette firme, les vendeuses d'herbes du *Ver-o-Peso*, spécialistes de ce cosmétique mais qui ne sont ni à l'origine des savoir-faire ni à la source de la chaîne productive, n'ont pas bien anticipé les impacts négatifs sur leurs propres ventes et les grandes difficultés d'approvisionnement en matière première, leurs fournisseurs habituels ayant fortement augmenté leur prix.

Lorsqu'il s'agit de valoriser les productions localisées, la recomposition sociale du local est, bien sûr, une conséquence inévitable : le regroupement et l'organisation des producteurs sont un préalable à toute démarche, même pour les éco-certifications ou les labels « bio », car dans bien des pays du Sud, ceux-ci sont accordés non pas à un producteur individuel mais, à titre collectif, à des coopératives ou des associations. Pour les IG sur le café, nous rappellent Marie-Vivien *et al.*, les obstacles les plus difficiles à franchir sont l'absence de coopératives de producteurs, organisées pour la collecte, la transformation ou la commercialisation du café.

Dans la mise en place des dispositifs, la parole, l'initiative ou la critique ne sont pas toujours données aux producteurs locaux, ce qui aboutit souvent, par l'imposition d'une politique d'homogénéisation, à des dynamiques d'uniformisation peu favorables au maintien d'une diversité sociobiologique forte. Certes, les

impacts n'en sont pas toujours négatifs comme le montre l'exemple vanuatais : le maintien, au-delà des bouleversements, d'un rapport « éthique » à la production de tubercules, s'avère un précieux atout pour la nation vanuataise en train de se construire : l'émergence de spécialités locales identifiées par le nom de leur île d'origine témoigne de l'apparition d'une nouvelle échelle dans la définition des identités. Si l'unité de l'île tend à se substituer à la diversité des lieux et des terroirs qui la composent, et les « variétés phare de tubercules font de l'ombre » aux autres, il n'en reste pas moins vrai que ce décloisonnement s'est accompagné, à l'échelle des villages, d'une formidable augmentation des espèces et variétés de tubercules cultivées. L'ouverture est saisie comme une opportunité pour chacun d'enrichir ses stocks et d'acquérir des nouveaux cultivars.

Ce sont évidemment les conséquences négatives qui dominent dans notre collection d'articles : la marginalisation des populations locales est souvent mise en évidence et dénoncée, surtout lorsqu'il s'agit de la construction d'une filière visant une demande internationale. La contribution de Simenel *et al.*, sur l'argan marocain, montre bien comment la définition d'un produit de terroir implique un « filtrage » dans lequel certaines pratiques, certains aspects des relations entre la société locale et son terroir, sont « montés en épingle », et d'autres, au contraire, gommés, pour séduire une clientèle potentielle, en l'occurrence internationale. Le positionnement « marketing » de l'huile d'argan en « produit authentique issu de la forêt d'arganier du Sud Maroc », qui n'existe pas et n'a probablement jamais existé, oblige à reléguer au second plan l'existence des peuplements agroforestiers de cette essence oléifère et, de ce fait, à marginaliser toutes les pratiques paysannes « traditionnelles » qui leur correspondent. En Amérique du Sud aussi, le dialogue avec les communautés autochtones autour des productions localisées est loin d'être naturel et aisé. L'analyse de deux projets d'indication géographique du Sud Brésil par Vitrolles *et al.*, montre à quel point les démarches obligent les acteurs locaux à repenser leurs interrelations avec le milieu et à prendre conscience des difficultés liées à la conservation des ressources bioculturelles. La normalisation des procédures, les contraintes imposées par les standards de qualité et les outils de traçabilité conduisent à déconstruire et à figer les traditions et à mettre en place des mécanismes d'exclusion. D'une manière générale, en acquérant, dans ces dispositifs, le statut de « peuples traditionnels », les producteurs se trouvent contraints d'adopter des normes qui encadrent leur comportement vis-à-vis de la nature : édifiées de l'extérieur, ces normes redécouvrent des pratiques traditionnelles rêvées, « *parées de toutes les vertus de notre modernité écologique* » [Pinton et Grenand, 2005].

Pour conclure, le bien-fondé des démarches de reconnaissance et de valorisation des productions et spécialités locales ne saurait être remis en cause globalement. Dans un contexte de mondialisation, elles restent un des rares moyens efficaces de lutter contre les usurpations du patrimoine culturel et naturel et leur détournement accéléré. C'est aussi un outil remarquable pour la valorisation des *territoires* marginalisés et peu rentables aux yeux de l'exploitation intensive. Cependant, leur mise en œuvre reste délicate et périlleuse et ne peut se concevoir

sans mise en place d'outils de concertation et de négociation. Il paraît essentiel de prendre en considération, dès le départ, les caractères divers, uniques, voire changeants des populations concernées. On ne peut décemment imaginer une recette unique pour la mise en place de ces instruments : « *la sagesse impose prudence et souplesse de la négociation jusqu'à la liquidation des contrats* » pour reprendre l'expression de Simenel *et al.*.

Concilier développement rural et conservation des ressources biologiques et culturelles nécessite la mise en place de dispositifs ascendants ou *bottom up*, volontaristes, librement acceptés, faisant le lien explicitement entre la durabilité des modes de production, la qualité aussi bien intrinsèque qu'extrinsèque des produits localisés et la rentabilité. Cela suppose aussi l'existence d'institutions capables de porter des aspirations qui ne seront pas uniquement le fait des pays industrialisés et des États. Dans ce cas, le niveau local pourra tirer le plus grand profit des tendances actuelles de la mondialisation, où l'on voit les facteurs culturels intervenir de plus en plus fortement dans les logiques économiques et où l'idée d'origine devient de plus en plus un gage de qualité.

Mais, il ne faut pas oublier que ces outils et démarches se soumettent, d'une manière ou d'une autre, aux jugements et volontés du marché : de leur réussite commerciale dépendra en effet leur succès en termes de développement durable. Tout repose *in fine* sur les consommateurs qui, tout à la fois, devront être des clients avertis et se comporter en citoyens responsables ou engagés.

BIBLIOGRAPHIE

- ANGEON V., BOISVERT V., CARON A. [2006], « La Marque "Parc Naturel Régional" un outil au service d'un développement local durable ? », communication au colloque GECOREV, Université de Versailles St. Quentin en Yvelines, 26-28 juin 2006.
- ARGUMEDO A., STENNER T. [2008], Association ANDES : Conserving indigenous biocultural heritage, Gatekeeper 137a, International Institute for Environment and Development (IEDD), London, 32 p.
- BÉRARD L., MARCHENAY Ph. [2004], *Les produits de terroir entre cultures et règlement*, Éditions du CNRS, Paris, 229 p.
- BÉRARD L., CEGARRA M., DJAMA M., LOUAFI L., MARCHENAY Ph., ROUSSEL B., VERDEAUX F. (éds) [2005], *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*, Cirad, Inra, IFB, Iddri, 7-8 p.
- BERNARDON M., OULD M., VALL M. [2004], *Le mulet en Mauritanie : biologie, écologie, pêche et aménagement*, Nouackchott, FIBA-PRCM-UICN, 54 p.
- BOULAY S. [2008], « La valorisation des produits du mulet chez les pêcheurs imrâgen du Parc national du Banc d'Arguin (Mauritanie) : Une démarche pertinente de conservation de la biodiversité et de développement durable ? », Actes du colloque international « Le littoral : subir, dire, agir », Lille, 16-17-18 janvier 2008, en ligne : http://www.ifresi.univ-lille.fr/littoral2008/articles_fr.htm
- CHARLES E., BOUDE J.-P. [2004], Exploitation d'une ressource naturelle et politique de

- valorisation par des signes de qualité. La pêche de bar de ligne de Bretagne, *Économies et Sociétés*, série Socio-économie du travail (AB), n° 23, 14 p.
- CNEDD [2009], Quatrième Rapport National sur la Diversité Biologique. Février 2009. République du Niger, Cabinet du Premier Ministre, Niamey, 76 p.
- CORMIER-SALEM M.C., ROUSSEL B. [2002], Patrimoines et savoirs naturalistes locaux, in J.-Y. Martin ed. *Développement durable ? Doctrines, Pratiques, Évaluations*, IRD Éditions, Paris, p. 126-142.
- CORMIER-SALEM M.-C. [2008], « Les “produits de terroir” dans les Suds : des liens incontournables entre qualité et durabilité ? », in A. Da Lage et al., eds, *L'après-développement durable. Espaces, nature, culture et qualité*, Paris, collection ellipses, p. 157-166.
- DAVIRON B. [2003], Qualités du café et territoires : une perspective historique, in Montagnon C. ed., *Cafés : terroirs et qualité*, Éditions du Cirad, Montpellier, p. 21-36.
- DOGSÉ P. [2006], Quality Economies for Biosphere Reserves. Workshop for economic stakeholders in North Devon's Biosphere Reserve and other developing Biosphere Reserves in the UK. Unesco. Caddisdown Business Incubation Complex, 5 May 2006.
- EMPERAIRE L., VELTHEM L. van, OLIVEIRA A.G. [2008], « Patrimônio cultural imaterial e sistema agrícola : o manejo da diversidade agrícola no médio Rio Negro, Amazonas », Communication à la 26^e Réunion Brésilienne d'Anthropologie, 01-04 juin, Porto Seguro, Bahia, Brasil.
- JASANOFF S. éd. [2004], *Earthly politics : local and global in environmental governance*. Cambridge, Mass. ; London : MIT Press, 350 p.
- Millennium Ecosystem Assessment [2005], *Ecosystems and Human Well-being : Synthesis*. (Washington, DC : Island Press).
- MUCHNIK J., CAÑADA J.S., SALCIDO G.T. [2008], Les systèmes alimentaires localisées : état des recherches et des perspectives, Cahiers Agricultures vol. 17, n° 6, novembre-décembre 2008, p. 509-520.
- OSTROM E. [1990], *Governing the commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press, 280 p.
- PINTON F., GREAND P. [2007], « Savoirs traditionnels, populations locales et ressources globalisées », in Aubertin C., F. Pinton, V. Boisvert (éd.), *Les marchés de la biodiversité*, IRD éditions, p. 165-194.
- ROUSSEL B. [2005], Savoir locaux et conservation de la biodiversité : renforcer la représentation des communautés, in « Développement durable ou décroissance sélective ? » Mouvements (Sociétés, politique, culture) n° 41, Éd. La Découverte, Paris, p. 82-88.
- SIMONI J., SAYAGO D., EMPERAIRE L. [2008], Territoire, identité et construction d'un développement durable : les productions localisées en Amazonie brésilienne, in Da Lage A. et al. (eds.) *L'après-développement durable : Espaces, nature, culture et qualité*, Paris, Éd. Ellipses, p. 149-156.
- TUBIANA L. [2005], Les savoirs naturalistes locaux, une question globale, in Bérard L., M. Cegarra, M. Djama, L. Louafi, Ph. Marchenay, B. Roussel et F. Verdeaux. Eds, *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*, Cirad, Inra, IFB, Iddri, 7-8 p.