HAL
open science

Patrimoine alimentaire et innovations essai d'analyse typologique sur trois territoires de la Région Midi-Pyrénées

Jacinthe Bessière, Laurence Barthe, Elise Mognard, Jean Pilleboue, Sébastien Rayssac, Emilien Soulenq, Laurence Tibère

To cite this version:

Jacinthe Bessière, Laurence Barthe, Elise Mognard, Jean Pilleboue, Sébastien Rayssac, et al.. Patrimoine alimentaire et innovations essai d'analyse typologique sur trois territoires de la Région Midi-Pyrénées. ISDA 2010, Jun 2010, Montpellier, France. pp.12. hal-00521740

HAL Id: hal-00521740

https://hal.science/hal-00521740v1

Submitted on 28 Sep 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

ISDA 2010 Agriculture and Food
Innovation and Sustainable Development in Agriculture and Food
Montpellier – France
28 June – 1er July 2010
www.isda2010.net

PATRIMOINE ALIMENTAIRE ET INNOVATIONS

ESSAI D'ANALYSE TYPOLOGIQUE SUR TROIS TERRITOIRES DE LA REGION MIDI-PYRENEES

Jacinthe BESSIERE* (sous la dir.), Laurence BARTHE**, Elise MOGNARD*, Jean PILLEBOUE**, Sébastien RAYSSAC*/**, Emilien SOULENQ**, Laurence TIBERE*

* Université de Toulouse II – Le Mirail, 5 allées Antonio Machado 31058 Toulouse cedex 9
CERTOP (UMR CNRS 5044)
bessiere@univ-tlse2.fr
** Université de Toulouse II – Le Mirail, 5 allées Antonio Machado 31058 Toulouse cedex 9
DYNAMIQUES RURALES (UMR MENRT 1936 - MA 104)

Résumé — Cette contribution ouvre le débat sur les processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales d'un territoire à partir de l'innovation patrimoniale alimentaire. Elle a pour objectif d'analyser, à travers le prisme de l'innovation, les processus de valorisation des patrimoines alimentaires, entendus comme un ensemble d'éléments matériels ou immatériels, liés à des productions et à l'univers agricole ainsi qu'à un héritage collectif territorial. Ce travail s'appuie sur un programme de recherche, commandité et soutenu par la Région Midi-Pyrénées et mené par un collectif de géographes et de sociologues. Il s'agit de comprendre les mécanismes de patrimonialisation à travers la composante « innovatrice » ou « créatrice ». Après avoir défini les concepts d'innovation et de patrimonialisation alimentaire, cet article expose une série de résultats issus de l'analyse approfondie du discours des acteurs enquêtés. Des typologies sont présentées visant à décrire et à identifier le processus d'innovation sur les trois territoires d'étude, en lien avec les dynamiques de valorisation des patrimoines alimentaires. Quels sont les profils d'innovateurs ? Quels sont les fondements de l'innovation patrimoniale alimentaire ? Quelles sont les formes d'innovations en présence ? Envisagées dans l'optique de la durabilité, quelles retombées peuvent être observées tant au niveau des unités de production agro-alimentaire qu'au niveau des territoires de valorisation ? Par conséquent, cette réflexion aborde la place et la gestion de l'innovation patrimoniale au sein des dynamiques du développement rural et tente également d'expliciter l'articulation entre innovation et patrimonialisation alimentaire, en analysant le rapport à la tradition comme influant dans les stratégies d'innovation observées.

Mots clés : Patrimoine alimentaire, patrimonialisation, innovation, espaces ruraux, durabilité

Key words : Food heritage, patrimonialisation, innovation, rural areas, durability

INTRODUCTION

La production agricole est aujourd'hui intégrée dans des processus de valorisation économique mais aussi socioculturelle. Elle répond d'une part à des logiques de filières et de marché, et elle renvoie d'autre part à des dynamiques identitaires et culturelles enracinées dans une forte demande sociale. C'est dans ce contexte qu'elle sous-tend la patrimonialisation accompagnant les stratégies de développement des territoires ruraux, dont la vocation agricole se trouve élargie à d'autres fonctions (culturelle, touristique, etc.). Cette contribution s'appuie sur un programme de recherche, commandité et soutenu par La Région Midi-Pyrénées et mené par un collectif de chercheurs relevant des sciences sociales (géographes et sociologues). Elle a pour objectif d'analyser, à travers le prisme de l'innovation, les processus de valorisation des patrimoines alimentaires, entendus comme un ensemble d'éléments matériels ou immatériels, liés à des productions et à l'univers agricole ainsi qu'à un héritage collectif territorial (Bessière J., 2001). La réflexion présentée a pour ambition de comprendre et d'analyser le processus d'innovation patrimoniale. Mettant en valeur des ressources matérielles et immatérielles des territoires agricoles, l'innovation est appréhendée dans le champ du développement territorial. Aussi, elle ouvre le débat sur les phénomènes de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales d'un territoire à partir de l'innovation patrimoniale alimentaire.
La recherche menée mobilise les approches issues de la sociologie de l'innovation, de la sociologie de l'alimentation, de la sociologie des organisations mais aussi de la géographie humaine et sociale et du développement des territoires ruraux. Elle souligne l'intérêt et les enjeux portés par la recherche publique ainsi que l'importance de mobiliser et de mettre en réseau les acteurs autour des stratégies d'innovation relatives au patrimoine alimentaire. Cette contribution s'appuie sur l'analyse de trois territoires ruraux midi-pyrénéens, choisis en raison de leur engagement dans les stratégies d'innovation[1] : Aubrac, Olt et Causses dans le Nord Aveyron, Association pour la Modernisation et l'Innovation Economique dans le Sud Aveyron, Pays d'Armagnac dans le Gers. La posture méthodologique choisie est qualitative et vise à comprendre les mécanismes et les stratégies d'innovation et de patrimonialisation, à l'œuvre sur les territoires.
Après avoir défini dans une première partie les concepts d'innovation et de patrimonialisation alimentaire, la réflexion s'attachera à présenter quelques résultats issus de l'analyse approfondie du discours des acteurs enquêtés. Elle visera notamment à proposer des typologies visant à décrire et à identifier le processus d'innovation sur les trois territoires d'étude, en lien avec les dynamiques de valorisation des patrimoines alimentaires. Quels sont les profils d'innovateurs rencontrés et quelles sont les formes d'innovation en présence ?

1. PATRIMONIALISATION ALIMENTAIRE ET INNOVATION : ESSAI DE DEFINITIONS

1.1. L'innovation

Considérée comme l'introduction d'une nouveauté dans une chose établie (relativité de l'innovation), nous pouvons différencier deux formes d'innovation : l'innovation de rupture entraînant de grandes modifications quant aux conditions d'utilisation par le consommateur

[1] Ces trois territoires ont été intégrés au programme Leader, visant à soutenir le développement rural européen ; le programme Leader+ a eu pour spécificité de mettre en avant des thématiques considérées comme des moteurs d'innovation pour les territoires ruraux. L'une d'entre elles fut centrée sur « la valorisation des produits locaux ».

ou l'usager et l'innovation incrémentale qui n'entraîne que peu de changement dans les pratiques du consommateur ou de l'usager. Les leviers de l'innovation sont multiples. Dans une étude sur le système régional d'innovation (SRI) au Québec, David Doloreux et Régis Guillaume (Doloreux D., Filion D., Klein J.-L. in Guillaume R. (dir.), 2005) analysent l'innovation comme le résultat d'un produit social et territorialisé ; ils portent une attention particulière aux rapports entre l'entreprise innovante et les apports externes. Par ce terme on entend, les hommes, le capital humain mais aussi les intervenants et les influences extérieures : les autres pays ou régions, les nouveaux résidents, les touristes, etc. Les analyses de l'innovation fondées jusque là sur la combinaison de diverses formes de capital physique, accordent désormais une place au capital social dans ses différentes facettes. Cela amène à considérer l'innovation comme un processus social et économique. L'innovation, en tant que processus de création et de recomposition, nous est apparue au cœur du projet de valorisation patrimoniale. Il s'agit ici de comprendre globalement comment l'innovation s'exprime et se manifeste dans les mécanismes de patrimonialisation alimentaire. L'innovation, que nous analysons dans cet article comme un processus social, peut prendre appui sur le patrimoine actif, ou réhabiliter le patrimoine dormant ; elle peut enfin s'appuyer sur un patrimoine construit, inventé (Poulain J.-P., 1997). Concernant le patrimoine alimentaire, l'innovation peut être axée sur les produits ou les techniques, les pratiques ou objets de la table (artisanat) ; elle peut également résulter d'une appropriation d'éléments historiques et culturels associés au territoire.

1.2. Patrimoine alimentaire

Nous définissons le patrimoine alimentaire comme l'ensemble des éléments matériels ou immatériels des cultures alimentaires, reconnu par la collectivité comme un héritage partagé. Plus précisément, le patrimoine alimentaire comprend l'ensemble des produits agricoles, bruts et transformés, les savoirs et savoir-faire mobilisés qui leur sont associés (techniques culturales et culinaires) ainsi que les modes de distribution alimentaire. Il renvoie également aux manières de tables, aux formes de sociabilité, à la symbolique alimentaire et aux objets de la table. Le patrimoine alimentaire constitue un objet d'analyse et de compréhension des sociétés répondant à de nouvelles aspirations (quête d'identité, de naturel...) et participant à la dynamisation et à la différenciation des espaces ruraux. Véritable ressource, le patrimoine alimentaire semble aujourd'hui être le lieu de projets et d'actions de mobilisation, notamment touristique, instaurant ainsi un nouveau mode d'action et de développement territorial (Bessière J., 2001). En tant que facteur d'expression et de différenciation, il amène à interroger l'effet de continuité entre le passé et le présent, la perpétuation, la permanence à travers le temps (Coquart D., Pilleboue J., 2000). Mais, au-delà de cette continuité, de cet héritage transmis, ce patrimoine s'inscrit dans le présent comme support de représentations de l'avenir, comme un espace d'invention, de recomposition symbolique, technique et socio-économique.

1.3. Patrimonialisation et processus d'innovation

Ainsi, le patrimoine alimentaire est davantage une construction sociale qu'un outil transmis, figé et stable. L'association patrimoine/mémoire/tradition s'accompagne d'une dialectique qui oppose stabilité et mouvement : quelque chose de réellement établi à quelque chose qui se construit. Nous émettons l'hypothèse que les dynamiques de construction du patrimoine consistent à actualiser, à adapter, à réinterpréter des traits puisés dans l'histoire d'un groupe (savoirs, savoir-faire), c'est-à-dire à combiner héritage et innovation, stabilité et changement, et donc à produire du nouveau sens social en prenant appui sur le passé. Par conséquent, l'objet patrimonial est producteur et reproducteur d'identité et d'unité territoriale ; il devient ainsi ressource pour l'innovation en mobilisant le passé dans le projet, tant au niveau des structures de production qu'au niveau des territoires d'action. Il s'agit de comprendre les mécanismes de patrimonialisation (construction, sauvegarde, évolution…) à travers la composante « innovatrice » ou « créatrice » : Comment les dynamiques d'innovation

interviennent-elles dans ces processus de patrimonialisation alimentaire ? En quoi les stratégies de valorisation patrimoniale intègrent-elles l'innovation sans pour autant annuler ou effacer l'ancrage spatial et temporel ?

La patrimonialisation alimentaire renvoie au processus de construction patrimoniale vue comme une dynamique de valorisation et d'interprétation menées par des acteurs. Les dynamiques de construction du patrimoine alimentaire consistent à combiner héritage et innovation, stabilité et changement, reproduction et création, et donc à produire du nouveau sens social en prenant appui sur le passé, élaborant ainsi de l'identité. Analyser les processus de patrimonialisation alimentaire nous amène à interroger l'unité et ou la discontinuité entre passé-présent-avenir, mettant ainsi en lumière les problématiques de construction culturelles et identitaires des sociétés (construire et exprimer ce que l'on est). Les acteurs puisent alors dans les ressources dont ils disposent, ressources objectives ou imaginaires. Ces constructions identitaires s'inscrivent dans le rapport à l'Autre auquel on s'identifie ou dont on se différencie mais aussi devant lequel on se met en scène (l'Autre pouvant être le groupe culturel, pays, territoire voisins mais aussi le touriste, le visiteur, l'étranger etc.). La culture constitue l'une des ressources majeures dans lesquelles les acteurs puisent pour construire l'identité et, l'alimentation, en tant que composante culturelle est au cœur de ces dispositifs de construction. Ces « tricotages » entre identité et culture participent par ailleurs à la transformation des cultures, lesquelles on le sait, sont dynamiques et évolutives. Les constructions identitaires collectives renvoient ainsi à des dispositifs de patrimonialisation. Lorsque l'on sélectionne ainsi dans l'histoire, la culture, des éléments réels ou « rêvés » dans le cadre de démonstrations identitaires, on produit de l'identité culturelle partagée, du patrimoine culturel commun (Tibère L., 2009).

S'il est une véritable ressource culturelle contribuant à l'affirmation et à la reconnaissance identitaire des groupes locaux, le patrimoine alimentaire doit aussi être analysé comme un vecteur privilégié de projets et d'action locale, notamment dans le secteur touristique. A ce titre, il constitue un espace d'innovation donnant à voir de multiples combinaisons créatrices.

L'analyse qui suit s'intéresse plus particulièrement aux profils d'innovateurs impliqués dans la valorisation des patrimoines alimentaires ainsi qu'aux différentes formes d'innovations rencontrées dans nos investigations. Ce faisant, nous avons essayé de considérer l'innovation comme un phénomène global qui, à travers les transformations qu'il apporte au patrimoine alimentaire, affecte celui-ci en profondeur. On pourrait dire que peu importe l'entrée que l'on privilégie, innovation technique dans le processus de production, création de nouveaux produits, mise en place de nouvelles procédures commerciales, … c'est en fin de compte l'appareil de production dans son entier et les représentations qu'on s'en fait qui peuvent être bouleversés … tout en restant en corrélation étroite avec la demande de nombreux consommateurs. C'est la complexité de la réalité concrète qui nous a conduits à cette approche large : tirer le fil de l'innovation par le biais de n'importe laquelle de ses formes, c'est s'obliger à dévider toute la pelote économico-sociale englobante. C'est ce que nous avons essayé de traduire dans la dénomination des diverses catégories identifiées.

2. PROFILS D'INNOVATEURS RENCONTRES DANS LA VALORISATION DES PATRIMOINES ALIMENTAIRES

Les typologies proposées découlent de l'analyse de caractéristiques individuelles qui différencieraient les innovateurs des autres individus mais surtout de l'analyse de leur place

au sein d'un collectif, d'un groupe social local. Les individus rencontrés[2] apparaissent comme des acteurs, marqués par des stratégies de valorisation, d'innovation ou de non-innovation autour des patrimoines alimentaires. Leur rôle social et la place qu'ils occupent dans les trois territoires enquêtés nous permettent de proposer trois portraits d'innovateurs.

2.1. « Les francs tireurs »

Ce sont des individus porteurs de dynamiques et d'initiatives individuelles fortes. Leurs démarches sont marquées par une recherche d'invention/innovation permanente. Innovateurs opportunistes, ils font ressortir leur volonté et leur désir continus d'adaptation, de changement. Forces de bouleversement et d'expériences, ils sont à la tête de démarches basées le plus souvent sur des apports extérieurs. Qualifiés également de « pionniers », qui acquièrent un nouveau bien ou un nouveau savoir-faire, ils se définissent comme plus ou moins « en avance » sur le mouvement et jouent un double rôle d'expérimentateur et d'exemple pour les autres. Cette catégorie d'innovateurs se retrouve aisément dans le Pays d'Armagnac. En Aubrac, et dans le Sud Aveyron, ces initiatives d'expérimentation permanente sont également perceptibles dans différentes entreprises ou démarches agro-alimentaires où l'innovation reste un cheval de bataille. Ces chefs d'entreprises ou responsables de structures agro-alimentaires que nous avons rencontrés (boulanger / pâtissier / brasseur / fromager / restaurateur) se démarquent par leur volonté d'anticiper tout changement, de répondre à la demande extérieure et à l'offre concurrentielle environnante. *« Moi, j'enlève, je remets, je fais des expériences ; on n'innove pas assez par faute de temps. J'adore innover… il faudrait plus innover. »* (Chef d'entreprise agro-alimentaire, Aubrac). La dimension ludique de l'innovation est parfois clairement exprimée. « *On fait parfois des clins d'œil, type un repas autour du canard. Un menu, avec une sucette de foie gras trempée dans le bouillon chaud. Le foie gras mi-cuit, à faire fondre dans la soupe très chaude. Les gens sont très surpris, mais c'est très ludique. Ces plats, on les essaye, si ça marche, on les valide, et voilà. Je fonctionne un peu à l'instinct* » (Traiteur, Pays d'Armagnac).
Les « francs tireurs » opèrent, le plus souvent, indépendamment des collectifs d'acteurs intégrés aux filières traditionnelles présentes sur les territoires.

2.2. « Les collectifs » reconnus

Les territoires enquêtés se caractérisent par la présence de filières établies et reconnues autour des patrimoines alimentaires au sein desquelles on trouve un autre type d'innovateur. Ces filières sont perçues par l'ensemble des acteurs rencontrés comme incontournables pour le territoire en raison de leurs retombées économiques mais aussi sociales et culturelles. Elles apparaissent comme des composantes économiques structurantes pour la société locale : porteuses d'emplois, de dynamisation économique, de réseaux sociaux et d'ancrage culturel. En Aubrac, il s'agit par exemple des filières « fromage de Laguiole », « viande Aubrac » ; dans le Sud Aveyron, c'est la filière « Roquefort » qui marque davantage le paysage agro-alimentaire ; enfin, en Pays d'Armagnac, la filière « Armagnac » et la filière « gras » imprègnent indéniablement le tissu socio-économique local. « Sacralisées » dans certains discours, ces filières se composent majoritairement de collectifs d'individus rassemblés autour de syndicats professionnels ou interprofessionnels liés au monde agricole (exemples : Confédération des producteurs et des industriels de Roquefort, BNIA, Fleur

[2] L'étude est basée sur une enquête qualitative auprès de 90 acteurs (socioprofessionnels et institutionnels) issus des trois territoires explorés.

d'Aubrac, Bœuf Fermier Aubrac). Ces groupes d'acteurs sont ancrés dans l'histoire de la collectivité et s'appuient, dans leurs démarches de valorisation, sur l'historicité des lieux et des produits.
Ces filières structurantes apparaissent comme des acteurs collectifs porteurs de processus d'innovation acceptés et légitimes. Elles peuvent ou non porter l'émergence d'autres produits (par exemple, la coopérative Jeune Montagne soutient l'Ecir d'Aubrac, fromage « inventé » faisant désormais partie du panier de biens) (Hirczak M., Pecqueur B., Mollard A., 2004). Les filières de production apparaissent ainsi comme des structures légitimantes des processus d'innovation. L'innovation se situe ici dans un cadre déjà reconnu ou admis. C'est le cas de la relance « innovante » du fromage de Laguiole Fermier en 1996, qui s'inscrit dans la lignée de la filière AOC Laguiole portée par la coopérative Jeune Montagne. C'est également le cas de la filière Fleur d'Aubrac (IGP en cours), qui intègre l'innovation de manière récurrente et permanente dans son processus d'évolution (innovation technologique, organisationnelle, marketing). « *On essaye de toujours s'adapter aux attentes de tous les opérateurs de la filière. Les producteurs, les bouchers… et puis les consommateurs. Les producteurs eux-mêmes vont faire évoluer leur méthode d'élevage, les procédures, l'alimentation. C'est pas une politique d'innovation, c'est un peu au jour le jour…* » (Chargé de mission association Fleur d'Aubrac, Aubrac).
Dans le Sud Aveyron (Gal AMIE), la filière Roquefort, implantée sur le territoire depuis plus d'un siècle, est porteuse de nombreuses innovations de diverses natures. Elle accompagne et soutient d'autres innovations en périphérie de la filière comme le montre l'expérience de Réseaux de ferme en ferme en Pays de Roquefort et de la Table des Grands Causses. « *Moi je pense que le fait que les gens le dégustent chez nous c'est une innovation, et qu'ils me disent qu'ils ne le mangent plus comme avant… les gens découvrent les arômes. La façon dont on a procédé était innovante.* » (Animatrice, réseaux de ferme en ferme, Sud Aveyron).

2.3. Les collectifs « déviants »

A côté des structures intégrées et reconnues par la société locale, on repère une troisième catégorie d'innovateurs caractérisée par des petites structures, plus « marginales ». Ce troisième profil rassemble des démarches émanant de petits groupes d'individus. En marge des filières plus structurées, l'innovation fait ici apparaître des logiques qui relèvent plus du bricolage, d'un certain éclatement et pourtant, à fortes retombées sociales et culturelles pour les territoires. La notion de déviance doit alors être appréhendée en référence aux normes émises par les sociétés. Pour Ogien, cette notion de normes renvoyant à celle de culture contient en elle l'idée « selon laquelle l'appartenance à un groupe social implique que chacun de ses membres possède des habitudes et des manières de voir le monde dont il hérite et qui le définissent intégralement » (Ogien A., 1995). Ce type d'innovation, que l'on peut qualifier de « déviante » et repérée à travers de multiples et diverses initiatives locales de valorisation agro-alimentaire, est portée par « un esprit » ou « un mode de penser et d'être » centré sur l'ouverture mais aussi sur la différenciation. Ce troisième type d'innovateur est souvent non-conforme ou en décalage avec le système culturel territorial. Par leurs actes, leurs représentations ou leurs pratiques de l'innovation, ces individus ou groupes d'individus, se révèlent en marge de la société locale. Ils peuvent faire l'objet de jugements collectifs négatifs leur conférant une image et une position de « marginaux » dans la société considérée.
Dans notre étude, nous observons, notamment dans le Sud Aveyron, territoire d'un héritage idéologique contestataire, que les groupes sociaux les plus enclins à l'innovation et au changement, sont les groupes en marge du tissu socio-économique établi. Ces acteurs ou groupes d'acteurs sont animés par une forte cohésion sociale ou idéologique. En Aubrac, l'innovation semble émerger principalement des filières structurées comme nous avons pu le montrer dans le paragraphe précédent. On observe une mise à l'écart ou une indifférence à l'égard de petits projets innovants, centrés sur des formes alternatives de développement

agricole ou de valorisation alimentaire (vente de produits fermiers, circuits courts, agri-tourisme, etc.). « *Je suis un kamikaze ici, totalement à l'écart des autres »* (Agriculteur Bio, Aubrac).
Les petites initiatives de valorisation rencontrées (élevage d'autruches, fabrication de fromages de chèvre, etc.) semblent comme étouffées ou écartées dans le Nord Aveyron, supplantées par des produits phares dominants tels le fromage de Laguiole ou l'aligot. L'innovation émergente ou centrée sur l'invention de nouveaux produits tient une place infime sur le territoire de l'Aubrac.
Les démarches qualifiées de « marginales ou de déviantes », peuvent apparaître selon certains discours, comme le résultat de logiques de différenciation par rapport aux filières structurées et reconnues sur le territoire. Elles s'expriment et se construisent dans l'opposition et la différenciation ; elles apparaissent comme des formes de contestation face au modèle dominant local, à savoir les organisations collectives structurantes (instances légitimantes de l'innovation), le plus souvent, aidées et accompagnées par les pouvoirs publics. « *Ce qui entraîne de fortes oppositions ou des résistances liées à la suprématie des filières* » (Chargée de mission, Aubrac). Dans le Sud Aveyron, nous observons, au contraire, une prépondérance de diverses formes d'innovation dans des petites structures, à la marge, portées par des néo-ruraux ou des acteurs extérieurs au territoire. Cette catégorie d'innovateur ou « collectifs déviants » est largement présente, comme héritière du mouvement de contestation des années 1970 bien implanté sur le territoire. Ces nouveaux arrivants révèlent et mettent en lumière des potentialités ou des ressources territoriales jusque-là peu valorisées. Ces initiatives sont parfois perçues comme dérangeantes de « l'intérieur » mais demeurent, par leur nombre et leur histoire, des composantes non négligeables de la société locale sud aveyronnaise. Ces innovateurs se rencontrent dans des réseaux constitués d'acteurs issus « de l'extérieur », plutôt en marge de la société locale. Perçus comme des « déviants » par les populations locales, dites « *du cru* », et à l'encontre d'un système établi, ils s'organisent en réseaux et créent à leur façon des formes d'organisations collectives. *« On était perçu comme des casse-cous, on allait directement à la catastrophe. Ils disaient que ça ne marcherait jamais, que l'on était paysan et pas commerçant. On s'est même fait exclure du groupement de producteurs de la coopérative locale car on ne voulait pas faire « total » avec la coopérative car on faisait de la vente directe. Au début on n'a pas été encouragés par la population locale.* » (Responsable d'un groupement de producteurs, Sud Aveyron). Notons cependant que ces « collectifs déviants » peuvent comme nous avons pu l'observer dans le Sud Aveyron, largement trouver et négocier leur place, en créant des complémentarités et des liens étroits avec les populations non agricoles locales. Ces deux « mondes », représentés ici par les « extérieurs / néo-ruraux» et les « intérieurs / locaux » sont amenés à cohabiter, à s'articuler : les discours sont aussi marqués par la compréhension et la rencontre. L'articulation ou la complémentarité de ces deux groupes réside dans l'équilibre et dans la reconnaissance mutuelle.
L'étude fait ainsi ressortir trois principaux profils d'innovateurs dans le champ de la patrimonialisation alimentaire. Chacun de ces profils correspond à une forme d'organisation, elle-même inscrite dans un rapport particulier au territoire et au système d'acteurs local. Cette typologie souligne par ailleurs l'importance du regard porté par la population sur ces innovateurs ; elle montre le rôle central des sociétés locales dans l'appropriation des processus d'innovation, participant ou non à leur légitimation.

3. TYPOLOGIE DES FORMES D'INNOVATION EN PRESENCE

Le processus d'innovation a trait aux produits, aux techniques, aux dispositifs commerciaux ou organisationnels de la sphère agro-alimentaire. Comme le souligne A. Drouard, nous pouvons constater que « *dans le domaine alimentaire comme dans le domaine industriel, l'innovation peut signifier fabriquer un nouveau produit avec une technologie existante, fabriquer un produit existant avec une technologie existante ou fabriquer un nouveau produit*

avec une nouvelle technologie » (Drouard A., Williot J.-P., 2007). L'analyse qui suit tente de catégoriser les différentes formes d'innovation rencontrées.

3.1. « L'innovation produit »

Elle vise à mettre en place de nouveaux produits en intégrant les exigences du consommateur / usager. Elle consiste à créer un nouveau produit, à inventer de nouvelles recettes. Nous nous situons ici dans la forme d'innovation la plus répandue dans l'imaginaire collectif. Cette forme d'innovation est ici synonyme de création autour d'une matière première donnée grâce notamment à des assemblages inédits. C'est dans cette logique que peuvent se situer des innovations culinaires, comme celles de Michel et Sébastien Bras, chefs étoilés en Aubrac, qui proposent de nouvelles associations d'ingrédients, la transformation et l'élaboration de nouvelles recettes, jusqu'à inventer de nouveaux mets et donner naissance à un nouveau type de cuisine. « *Je fais une glace au Laguiole que je sers avec des truites et des farçous.* » (Restauratrice, Aubrac). Cette forme d'innovation semble vivace sur l'ensemble des terrains enquêtés. Dans le domaine de la transformation fromagère, de nouveaux fromages font ainsi leur apparition comme cette nouvelle « petite tomme mise au point » ou Ecir d'Aubrac, fromage créé, inventé, inspiré de recettes fermières issues du monde agricole. Concernant le secteur de la charcuterie, nous pouvons citer des produits dits innovants tels la saucisse au fromage de Laguiole ou au Roquefort ou à base d'abats, le bœuf séché Bœuf Fermier Aubrac.
La création de la Bière d'Aubrac représente également une innovation produit qui consiste à introduire un nouveau produit sur un territoire. Cette Bière d'Aubrac ainsi commercialisée s'accompagne du lancement d'autres produits dérivés : limonade et cola, limonades aromatisées à la châtaigne, à la figue, à la violette. « Rétortillat » de la coopérative Jeune Montagne, élevages d'escargots, d'autruches, pâte à tartiner, produits au « foie gras » revisités, telles sont bien des « innovations produit » dont la seule composante patrimoniale tient ici à l'ancrage territorial. C'est le lien au lieu qui rehausse la démarche et confère au produit inventé sa dimension patrimoniale : « *Aujourd'hui, un créateur de dessert ne peut pas travailler une clémentine du Gers, c'est une clémentine à l'armagnac. On sait très bien que le velouté de châtaigne ce n'est pas une châtaigne, du Gers mais c'est le savoir faire du Gers.* » (Producteur de foie gras, Pays d'Armagnac).

3.2. L'innovation technologique ou innovation process

L'innovation de procédés désigne des avancées technologiques observées aux différents stades des filières agro-alimentaires en lien avec les patrimoines alimentaires locaux. Fabriquer un nouveau produit avec une nouvelle technologie ou un nouveau procédé est souvent la première des formes à laquelle l'innovation est communément associée. Sur nos trois terrains, bon nombre de socio-professionnels interrogés font référence à des innovations qui mettent en jeu des techniques ou des procédés dans le but d'obtenir un produit déjà existant ou perçu comme équivalent à l'existant. *« L'innovation, c'est aussi trouver des machines pour faire des produits qui se faisaient autrefois à la main, un retour aux valeurs, ce n'est pas uniquement se moderniser pour faire moins cher.* » (Directeur de conserverie, Sud Aveyron). Dans ce cas, l'innovation a essentiellement une fonction d'adaptation à un contexte réglementaire, économique ou social changeant (cf. partie sur les fonctions de l'innovation). Quelques exemples issus des terrains illustrent cette forme d'innovation technologique. Des changements technologiques essentiellement au niveau de l'élevage peuvent être relevés dans les filières bovines Bœuf Fermier Aubrac ou Fleur d'Aubrac. Dans le domaine fromager, pour des filières institutionnalisées comme le Laguiole et le Roquefort notamment, l'innovation technologique permet de répondre à des règles sanitaires de plus en plus exigeantes. Ces normes semblent pousser à une innovation de procédés, tout en imposant un cadre d'évolution qui tend vers une « standardisation » de l'innovation, ici technologique. L'innovation peut également se situer dans l'acquisition et/ou

l'utilisation de nouvelles techniques telles que la surgélation pour réaliser de nouveaux produits. C'est par exemple le cas de l'aligot surgelé de la Coopérative Jeune Montagne.

3.3. L'innovation marketing ou commerciale

L'innovation marketing concerne la politique de prix, de promotion et de communication du produit. Cette forme d'innovation demeure récurrente et largement répandue dans les différentes filières agro-alimentaires rencontrées, comme dans l'ensemble des discours recueillis. « *C'est pas tant le produit, c'est la manière de le commercialiser qui s'est bougrement modernisée*. » (Directeur d'office de tourisme, Pays d'Armagnac). Cette innovation commerciale ou marketing peut se situer tant au niveau de la marque (ici territoriale), du packaging (emballage utilisé) qu'au niveau des circuits de distribution empruntés par les patrimoines alimentaires. L'utilisation du « terroir » peut notamment être considérée comme une innovation commerciale : la marque cristallisant à la fois le niveau de qualité et l'identité du territoire. Dans le cas de Choc'Aubrac par exemple (pate à tartiner fabriquée et commercialisée en Aubrac), le territoire Aubrac est essentiellement utilisé à des fins marketing et commerciales. Cette approche territoriale n'a qu'une fonction de communication visant à donner de la plus value territoriale au produit (qui, initialement n'en a pas). Cette forme d'innovation, centrée sur la création d'une image territoriale, est davantage un levier de communication qu'une véritable dimension constituante du produit. Cette dimension symbolique et commerciale du territoire se retrouve aisément dans les politiques de commercialisation et de communication des patrimoines alimentaires enquêtés.

3.4. L'innovation fonctionnelle

En lien avec les évolutions packaging et les réseaux de commercialisation investis, le patrimoine alimentaire peut faire l'objet d'une modification de ses usages et / ou de son statut. Il peut être amené à évoluer dans sa manière d'exister et d'être consommé. *« Le type d'alimentation évolue, je pense que les produits de la région seront amenés à évoluer aussi... peut être le laguiole à l'apéritif, la viande c'est pareil, il peut y avoir d'autres manières de consommer.* » (Agriculteur, producteur de fromage fermier, Aubrac). Ce type d'innovation, que nous qualifierons de fonctionnelle, désigne une diversification des usages ou des fonctions traditionnelles du produit. Les composantes du patrimoine alimentaire, tel que le Roquefort ou le Laguiole, se trouvent ici détournés de leurs fonctions premières par l'invention de nouveaux usages ou la diversification de leurs modes de consommation.
La diversification et la multiplication des modes de consommation des produits se font par un changement de statut. Il s'agit de jouer sur les représentations du produit. Dans le cas de l'Armagnac, ce serait le passage d'un produit « noble », presque sacralisé, à celui d'un produit d'usage plus courant. *« On peut consommer l'Armagnac de façon religieuse, calme, autour d'un feu de cheminée le soir, et l'après midi avoir fait la fête avec des « bandas » et des produits qui décoiffent un peu plus comme Armagnac/Schweppes/jus de pomme …* » (Responsable coopérative viticole, Pays d'Armagnac). L'innovation peut également provenir du passage du produit de la sphère privée à la sphère publique. Il s'agit là encore d'un changement de statut. De produit domestique, il passe au statut de produit marchand.

3.5. L'innovation organisationnelle, partenariale ou résiliaire

L'innovation organisationnelle s'intéresse à la mise en synergie territoriale des acteurs socio-économiques et politiques en renforçant le partenariat et l'échange autour des patrimoines alimentaires. Les innovations technologiques ou commerciales précédemment évoquées supposent généralement l'invention de nouvelles façons de s'organiser au sein même de la structure mais également avec les partenaires. Loin d'être atomisées, les différentes formes d'innovations repérées, sont interdépendantes, créant ainsi, dans leurs articulations, de nouvelles formes d'organisations sociales et économiques. Toutefois, plus que d'insuffler une dimension organisationnelle, certaines innovations reposent de manière centrale sur ces logiques de création de partenariats ou de réseaux. Il s'agit alors d'une dominante et non

d'une dimension de l'innovation. Se réunir, s'associer au sein d'un groupement, s'engager autour d'une même démarche relèvent d'une réelle innovation pour certains acteurs. Les démarches qualité ou les dispositifs de qualification sont représentés comme des formes innovantes d'organisations collectives (Fleur d'Aubrac, Bœuf Fermier d'Aubrac pour l'obtention du label rouge par exemple). En Aubrac, les organisation de type résiliaires prennent principalement en charge l'activité de production, de collectivisation des moyens de production (les maillons production, à l'amont des filières comptent quelques réseaux d'éleveurs et d'agriculteurs). Dans le Sud Aveyron au contraire, ces réseaux novateurs s'orientent davantage vers une activité de valorisation commerciale (maillons aval des filières, réseaux de socioprofessionnels proches du consommateur). L'innovation organisationnelle peut se traduire par la construction de nouveaux partenariats, l'appartenance à de nouveaux réseaux d'acteurs. La filière du Laguiole fermier et les liens tissés avec la DSV (Direction des Services Vétérinaires) en est une illustration, tout comme l'organisation de la fête de la transhumance et la création de nouveaux réseaux de commercialisation qui apparaissent comme des démarches innovantes pour les éleveurs. La mise en tourisme constitue également une forme d'innovation organisationnelle qui se traduit par la mise en place d'associations de promotion, de réseaux commerciaux comme « Aubrac de Ferme en Ferme » ou l'association « De Ferme en Ferme » dans le Sud Aveyron.

3.6. L'innovation sociale

Cette forme d'innovation est centrée sur la création ou la re-création de valeurs communes à l'échelle du territoire. Particulièrement présente en Aubrac, cette forme d'innovation nous a semblé singulière dans le lien tissé avec le territoire et ses ressources agricoles et alimentaires. Marquée par la renaissance de valeurs, l'innovation sociale repérée notamment dans le discours d'A. Valadier, désigne une remise en vigueur, une réactivation, une revalorisation de l'héritage territorial, cristallisant ainsi de nouvelles formes d'offres sociétales. Patrimonialiser, c'est faire renaître, inventer ou construire de la valeur patrimoniale. Innover, ici consiste « *à ne pas être inerte devant un patrimoine* », ici alimentaire. Cette forme d'innovation consiste à tisser et à inventer des nouveaux liens entre une société et son héritage. Cette forme d'innovation se traduit par l'importance donnée au symbolique, au culturel et à la mémoire. Ces valeurs, inexistantes dans les produits génériques, peuvent dépasser la teneur même du produit. Elles sont garantes de la spécificité territoriale, de l'avenir des territoires. L'innovation sociale décrite ici, se situe dans la recherche de ces valeurs ajoutées. Elle consiste à inventer de nouveaux modes de construction de valeurs symboliques. Cette forme d'innovation est caractérisée par une valeur symbolique apportée par les territoires. « *La plus value des produits de l'Aubrac se situe entre 25 et 30 %. Ce n'est pas le poids du panier, ce n'est pas la teneur, et ce qu'il y a dans ce panier nous ne l'avons pas inventé, c'est le pays qui l'a inventé.* » (Elu, Responsable Coopérative Jeune Montagne, Aubrac). Cette innovation est faite d'inventions sociales autour de l'homme et de son milieu. Elle consiste à créer du lien, de l'harmonie, de l'articulation entre l'homme et les ressources de son milieu. Invention territoriale de valeurs, ce type d'innovation se situe dans la recherche de ces valeurs ajoutées. Dans le cas du Pays d'Armagnac, la recherche et la création de valeurs communes autour du vivre ensemble, surtout dans le contact entre locaux et nouveaux arrivants, s'avèrent être une forme naissante d'innovation sociale.

CONCLUSION

Nous ne devons pas être dupes des implications de notre méthode d'exploration des trois terrains. C'est d'ailleurs un biais fort répandu dans les sciences sociales : nous avons de préférence analysé et décrit les cas où l'innovation existe mais aussi, ceux où elle est réussie et c'est normal : les belles histoires édifiantes sont plus agréables à raconter… mais les échecs ne sont-ils pas parfois tout aussi riches d'enseignements ? Tel innovateur

inlassable et généreux qui cherche sans cesse à améliorer des process et à explorer de nouvelles voies de développement ne constitue-t-il pas, en fin de compte, malgré ses inaboutissements récurrents, un ferment propice au développement d'innovations réussies par ceux qui l'observent ?

Telle qu'elle se présente, notre étude montre que l'innovation est au cœur des patrimoines alimentaires et de leur dynamique. Quelle que soit sa forme, l'innovation reflète des pratiques et des représentations diverses, de même qu'elle fait émerger différentes problématiques, notamment parce qu'elle se construit de manière variable selon les types de structures et d'acteurs, selon les territoires et les patrimoines alimentaires valorisés. A la différence des patrimoines matériels comme le patrimoine bâti, les cultures alimentaires sont en construction permanente. Elles sont mobiles, voire instables et font l'objet de différentes formes d'innovation, qui parfois mêlées, parfois cloisonnées s'influencent réciproquement. Au niveau de l'entreprise, une innovation de type produit ou commerciale appelle souvent une innovation organisationnelle. Au niveau territorial, elle stimule la venue de populations extérieures, renforçant ainsi l'attractivité des lieux. Qu'ils soient artisans, industriels ou institutionnels, « opportunistes», reconnus ou plus marginaux, les différents acteurs de la filière agro-alimentaire portent ces mouvements, renouvelant ou inversant ainsi leur rapport à la tradition. Cette dernière se trouve alors remaniée, réajustée et réinterrogée dans le projet de valorisation, renversant son paradigme d'obstacle à la modernité.

Quels sont, en définitive, les rapports que l'innovation affectant les patrimoines alimentaires entretient avec « le développement durable » ? C'est un vaste questionnement dont nous n'avons pas abordé toutes les dimensions. Nous n'avons pas, par exemple, traité, dans le cas des industries laitières et de la viande, du lourd problème des effluents et de leur indispensable maîtrise. En revanche, s'agissant de l'emploi (volume et qualifications exigées), nous avons pu constater la complexité souvent contradictoire du rapport à l'innovation. Lorsqu'une personne inactive « s'installe » en « mini-entreprise » de fabrication de croustades gasconnes à domicile, il y a création indiscutable et mesurable d'emploi, ne serait-ce qu'un ou un demi emploi, et l'on peut être assuré qu'il n'y a pas dans cette occurrence, de destruction parallèle d'emploi par effet direct ou indirect. Par contre, dans les entreprises grandes ou moyennes des filières, l'innovation a presque toujours pour effet (sinon pour objectif) de réduire l'emploi, même s'il s'agit d'asseoir ainsi la pérennité de l'entreprise. Dans le premier cas, on est dans le développement durable, même ténu, alors que, dans le second cas, le résultat est plus complexe et surtout matériellement inappréciable : on en est réduit à se poser la sempiternelle question : « que se serait-il passé si… ? »

BIBLIOGRAPHIE

ALTER N., 1996. *Sociologie de l'entreprise et de l'innovation*, Paris, Presses Universitaires de France, 296 p.

BERARD L., MARCHENAY P., 2008. Les productions traditionnelles aux prises avec les normes sanitaires, *Economies et sociétés*, série « Systèmes agro-alimentaires », 11-12, n°30, pp. 2273-2284.

BESSIERE J. (dir.), BARTHE L., GINESTE J.-F., MOGNARD E., PILLEBOUE J., POULAIN J.-P., RAYSSAC S., SOULENQ E., TIBERE L., à paraître en 2010. *L'innovation dans les processus de valorisation des patrimoines alimentaires en espace rural, Étude pour la mise en place d'outils de gestion et d'accompagnement*, Versailles, Editions Quae.

BESSIERE J., 2001. *Valorisation du patrimoine gastronomique et développement territorial : le Haut Plateau de l'Aubrac, Le Pays de Roquefort et le Périgord Noir*, Paris, L'Harmattan, Collection Logiques Sociales, 364 p.

COQUART D., PILLEBOUE J., 2000. Le foie gras : un patrimoine régional ?, in BERARD L., MARCHENAY P., MICOUD A., RAUTENBERG M. (dir.), *Campagnes de tous nos désirs, patrimoines nouveaux et usages sociaux*, Paris, Mission du patrimoine ethnologique du

Ministère de la Culture et de la Communication, collection « Ethnologie de la France », Cahier 16, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, pp. 91-104.

CORBEAU J.-P., POULAIN J.-P., 2002. *Penser l'alimentation*, *Entre imaginaire et rationalités,* Paris, Editions Privat, 210 p.

DOLOREUX D., FILION P., KLEIN J.-L., 2005. Systèmes régionaux et innovation : le cas de la Beauce québécois, in GUILLAUME R. (dir.). *Globalisation, systèmes productifs et dynamiques territoriales*, Paris, L'Harmattan, 327 p.

DROUARD A., WILLIOT J.-P., 2007. *Histoire des innovations alimentaires : XIXème et XXème siècles*, Paris, L'Harmattan, 302 p.

HERVIEU-LEGER D., 1996. Tourisme, tradition et ethnologie, *Source*.

HIRCZAK M., PECQUEUR B., MOLLARD A., 2004. Le panier de biens et de services de qualité : vers un modèle de développement territorial durable ?, Actes des Journées du CERMOSEM « La notion de ressource territoriale », *Montagnes Méditerranéennes*, Grenoble, n°20, pp. 35-42.

LENCLUD G., 1987. La tradition n'est plus ce qu'elle était, *Carnets du patrimoine ethnologique*, Paris, Terrain 9, pp. 110-123.

NORA P. (dir.), 1997. *Les lieux de mémoire, « Les France »,* Tome 3 : Les Traditions, Paris, Gallimard.

OGIEN A., 1995. *Sociologie de la déviance*, Paris, Collection U, Armand Colin, 230 p.

POULAIN J.-P., 1997. Le goût du terroir à l'heure de l'Europe, *Ethnologie française*, Paris, Presses Universitaires de France, XXVII, pp. 18-26.

TIBERE L., 2009. *L'alimentation dans le vivre-ensemble multiculturel*, Paris, L'Harmattan, 470 p.