



HAL
open science

Le développement culturel, entre marketing territorial et recomposition du lien social : la " prison dorée " des agriculteurs du Sud Dordogne ?

Vincent Banos

► **To cite this version:**

Vincent Banos. Le développement culturel, entre marketing territorial et recomposition du lien social : la " prison dorée " des agriculteurs du Sud Dordogne ?. Ingénieries eau-agriculture-territoires, 2008, 55-56, p. 93 - p. 104. hal-00602879

HAL Id: hal-00602879

<https://hal.science/hal-00602879>

Submitted on 23 Jun 2011

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.

Le développement culturel, entre marketing territorial et recomposition du lien social : la « prison dorée » des agriculteurs du Sud Dordogne ?

Vincent Banos

Après avoir fait l'objet d'une désertification importante au bénéfice des villes, l'espace rural français bénéficie depuis les années 1980, d'une nouvelle dynamique démographique qui a engendré une société rurale, composée de néo-ruraux et non plus seulement d'agriculteurs. Cette évolution nécessite d'exploiter une nouvelle dynamique de développement local, où la culture peut jouer un rôle important dans la construction du lien social et des solidarités territoriales. En s'appuyant sur l'exemple du pays du Grand Bergeracois, l'auteur s'interroge ici sur la notion de « développement culturel » pour tenter d'en saisir les ambiguïtés, d'en comprendre les succès et d'analyser les illusions qu'elle peut générer.

Dans des espaces ruraux en rupture d'agriculture et soumis à une forte recomposition sociale, le développement culturel s'apparente de plus en plus à un remède miracle dont on vante tour à tour les capacités de décloisonnement et d'ouverture, mais également les bénéfices en termes d'attractivité et de compétitivité pour les territoires. De fait, associé à la *diversité*, il inspire l'idéal d'une recomposition des politiques culturelles fondées sur la participation d'une multiplicité d'acteurs. Appliqué au *territoire*, il motive et justifie les analyses sur l'impact économique de la culture, considérée comme un nouveau facteur de développement local, malgré les incertitudes sur la réalité du phénomène. En effet, devenu un exercice imposé des projets de territoire, le développement culturel demeure paradoxalement une notion assez vague dont les effets restent encore difficiles à évaluer : s'agit-il d'un instrument moderne des politiques publiques permettant de renouveler les formes de gouvernances locales ou est-ce plutôt une sorte d'outil marketing qui sert à consolider l'existence des nouveaux territoires tout en évitant un engagement politique fort sur les problèmes que le développement culturel est censé résoudre ? De fait, qui en sont réellement les bénéficiaires ? Les nouveaux habitants, les touristes, les résidents secondaires ou les territoires eux-mêmes qui trouvent là une ressource d'existence permettant de leur assurer une reconnaissance et une légitimité ?

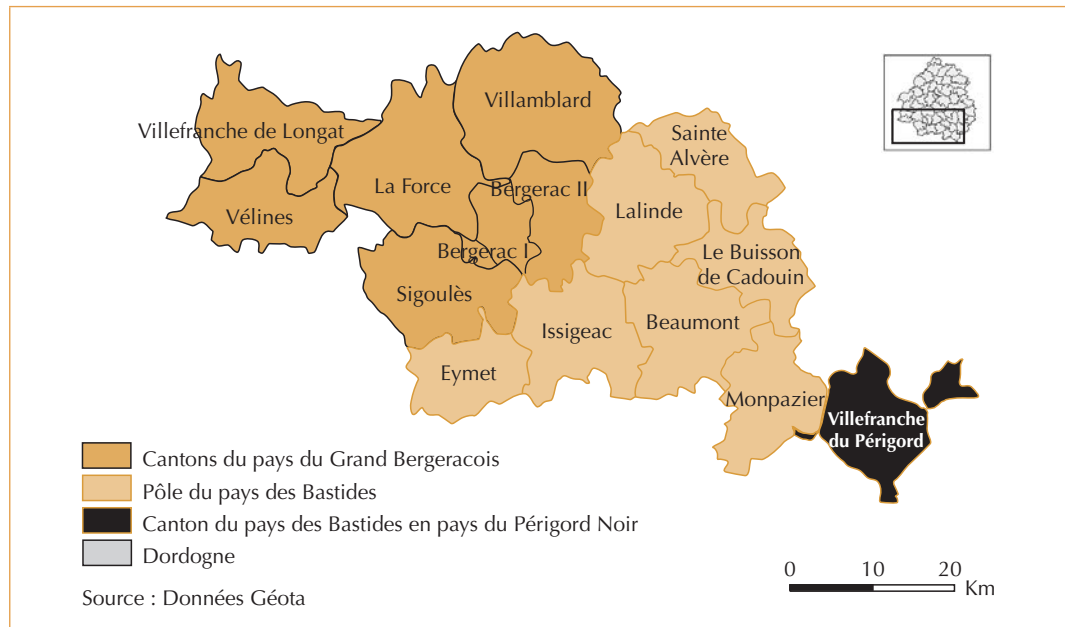
En nous intéressant plus particulièrement à la problématique de la cohésion sociale, nous ferons l'hypothèse que si le développement culturel renforce l'image des territoires vis-à-vis de l'extérieur et offre la possibilité de rassembler les habitants et les visiteurs autour d'animations et de festivités, il participe également à enfermer certaines catégories d'acteurs dans des figures et des territoires. En effet, dans des espaces à dominante rurale, le développement culturel se nourrit souvent et avant tout d'une valorisation du patrimoine local, pris comme un ensemble d'objets, de sites et de pratiques culturelles.

Afin de discuter cette hypothèse, nous focaliserons notre attention sur la place accordée à l'agriculture et aux agriculteurs au sein du pays du Grand Bergeracois, nouveau territoire dont le périmètre définitif, arrêté en 2003, regroupe 14 cantons, 150 communes et environ 100 000 habitants du Sud Dordogne (figure 1). L'exemple de cette association intercommunale fondée en 1998 est intéressant car elle a fait des actions culturelles « *une marque de pays* ». À partir d'entretiens menés auprès d'élus et de chargés de mission, mais également d'une analyse des différents discours d'existence jalonnant la constitution de ce pays (diagnostic territorial, contrat de pays, charte de développement durable, schémas de développements touristiques), nous verrons comment le développement culturel a permis à un pays « *qui n'allait pas de soi* » de se construire une identité tout en ménageant son

Les contacts

Cemagref, UR ADBX,
Aménité et dynamique
des espaces ruraux,
50 avenue de Verdun,
Gazinet, 33612 Cestas
Cedex

► Figure 1 – Pays du Grand Bergeracois et pôle de développement du pays des Bastides en Dordogne (source V. Banos et K.Petit).



appartenance au département de la Dordogne. L'étude des rouages d'un marketing territorial à l'œuvre désormais dans l'ensemble des projets de territoire nous permettra dans un second temps d'analyser le rôle alloué à l'agriculture et aux agriculteurs dans la politique culturelle mise en place par le pays du Grand Bergeracois. À cet effet, nous mobiliserons des données issues d'une enquête¹ par entretien menée auprès d'une trentaine d'exploitants agricoles du Sud Dordogne. Nous verrons ainsi que derrière l'apparence de la compétitivité et de l'attractivité, du consensus et de la cohésion sociale peuvent également se dissimuler des processus normatifs de sélection des exploitations et de transformation de l'identité professionnelle des agriculteurs.

Le développement culturel, une ressource d'existence pour le pays du Grand Bergeracois ?

Les acteurs locaux soutiennent de plus en plus les initiatives visant à concilier les identités et l'image de marque de leur territoire, notamment parce que la culture est devenue un outil permettant de particulariser l'espace et d'en transformer les représentations collectives, en l'inscrivant dans le cadre de l'unité mais également de la distinction et de l'attractivité (Garat, 2005). Autrement dit, le développement culturel serait un gage de légitimité pour des nouveaux territoires, et en particulier les pays (encadré 1), dont le législateur peine à circonscrire la justification des périmètres à une argumentation politique (Lajarge, 2000).

1. Cette enquête s'insère dans un projet de recherche intitulé « *Mixité sociale en milieu rural : un enjeu pour les agriculteurs* ». Ce programme, financé par la région Aquitaine (2006-2009), est construit en partenariat entre le Cemagref, la chambre d'agriculture de Dordogne, l'établissement public local d'enseignement et de formation professionnelle agricole (EPFLEPA) de Périgueux et le groupe d'expérimentation et de recherche « Développement et actions locales » (GERDAL).

Encadré 1

Les pays

La loi d'orientation pour l'aménagement et le développement du territoire (LOADT) de 1995, modifiée en 1999 et 2003, stipule que lorsqu'un territoire présente une cohésion géographique, culturelle, économique ou sociale à l'échelle d'un bassin de vie ou d'emploi, les communes ou les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) qui le composent ont vocation à se regrouper en pays. Initialement, la LOADT prévoyait que les pays puissent s'affranchir des frontières départementales puisqu'ils devaient reposer sur des considérations humaines et non administratives. Toutefois, la révision de la loi en 2003 précise que les pays doivent rester des structures légères, c'est-à-dire des associations de développement sans véritables compétences territoriales.

Les difficultés ordinaires d'un projet de territoire rural

Si tous les pays sont l'œuvre d'une volonté politique et d'un jeu d'acteurs, la plupart préfèrent recourir, et ce conformément à la loi, à des arguments géographiques, historiques, culturels ou économiques pour démontrer leur cohérence et leur pertinence territoriale. Mais dans cette course à la « cohérence » et à « la pertinence », l'association du pays du Grand Bergeracois dut surmonter de nombreux obstacles qui traduisent l'évanescence et l'apparent manque de légitimité de cette nouvelle entité territoriale. De fait, alors que les pays prennent généralement appui sur des espaces préalablement maillés par des communautés de communes, en 2001, le Bergeracois ne comptait encore que trois établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) pour 150 communes. Par ailleurs, le projet porté et soutenu par le député de la circonscription de Bergerac fut vivement critiqué par son rival, également maire de cette ville, qui dénonçait l'ingérence de cette nouvelle structure dans la gestion de sa municipalité. Enfin, le département joua également un rôle décisif puisqu'il réussit à circonscrire le périmètre du nouveau pays aux frontières de l'un de ses arrondissements. En 1998, le diagnostic territorial du pays du Grand Bergeracois préconisait ainsi de retenir l'enclave girondine de Sainte-Foy la Grande afin de préserver une continuité territoriale et une cohérence culturelle due notamment aux paysages viticoles qui prédominent dans tout l'ouest du pays. Le conseil général refusa cette proposition comme il avait, quelques années plus tôt, rejeté le projet de coopération entre l'association du pays des Bastides, initialement regroupée en projet collectif de développement et programme de développement intégré (PCD/PDI), et quatre cantons limitrophes du Lot-et-Garonne. Ainsi, le conseil général de la Dordogne n'a pas démenti la méfiance et le scepticisme avec lesquelles les institutions départementales ont, en général, accueilli la constitution des pays, dispositif voulu par l'État et la région. Mais, en plaçant sous tutelle cette structure émergente, on peut également penser qu'il chercha à préserver la singularité et la visibilité de son « réservoir d'images ». De fait, ce département doit être l'un de ceux dont le seul nom suffit à évoquer une multitude de hauts-lieux (Sarlats, Lascaux...), d'archétypes paysagers et de saveurs gastronomiques. Dès lors, les interventions du conseil général ne se limitèrent pas à la problématique du périmètre, car pour définir

son identité touristique, le pays dut également composer avec les règles fixées par cet espace englobant. Ainsi, le comité départemental du tourisme (CDT) insista pour que l'appellation « Périgord pourpre » soit maintenue alors que le pays souhaitait, pour des raisons de reconnaissance, afficher son nom. Finalement, le projet s'intitula « faire du pays de Bergerac en Périgord pourpre une destination touristique ».

« Mal né » et sans compétence particulière, le pays du Grand Bergeracois doit tout à la fois vivre au rythme du marketing territorial prôné par un département particulièrement actif en la matière et trouver une niche de développement afin de démontrer sa légitimité et assurer sa reconnaissance. Pour les gestionnaires et les élus de cette nouvelle structure, les marges de manœuvres sont donc relativement étroites, et ce d'autant plus, qu'en raison du périmètre retenu, ce nouveau territoire paraît si ce n'est incohérent, du moins sans atouts spécifiques.

Le développement culturel, un outil pour faire du territoire un produit d'appel

À la confluence de trois régions historiques, l'Agenais, le Bordelais et le Sarladais, le pays du Grand Bergeracois était de l'aveu même de ses chargés de mission davantage un espace de transition qu'un véritable territoire. Ne pouvant raisonnablement pas se construire à l'écart du département ou de ses imposants voisins, ils firent le pari de réussir à lui façonner une homogénéité, une solidarité et une identité interne, en faisant de ce qui pouvait être considéré comme des concurrences de voisinages des facteurs de développements attractifs. Dans cette perspective, le développement culturel, dont le socle est notamment constitué de la valorisation du patrimoine architectural, apparut comme un outil séduisant permettant de mettre en exergue les saveurs et les objets oubliés de ce pays. Il pouvait ainsi servir à insérer l'existence du nouveau territoire dans « les réservoirs d'images »² (figure 2) du département tout en lui assurant la reconnaissance extérieure de sa singularité. À cet effet, l'histoire du pays du Grand Bergeracois a commencé lorsque les opérations de rénovations et de réhabilitations d'un triple réseau architectural (bastides, églises et châteaux) permirent de faire émerger une logique de maillage et donc de doter le pays d'une certaine consistance territoriale (Di Méo, 1995). Cette trame patrimoniale autorisa notamment l'avènement, à l'est du pays, du pôle de développement

2. « Les atouts du Grand Bergeracois sont : 1. Les traces de l'Histoire : robuste, esprit chevaleresque, 2. La Dordogne et les espaces naturels : romantisme, aventures, 3. Les vins et la gastronomie : plaisir, « bien vivre », intégrés à l'image du Périgord » (Schéma de développement touristique, 2004).

3. L'ouest du pays est quant à lui maillé par le pôle de développement « *des vignobles, rivières et coteaux du Bergeracois* » qui épouse également les contours des « *réservoirs d'images* » du Périgord.

« *des bastides et des villages médiévaux* »³. En procédant, en priorité, à ces différents aménagements, les élus du Grand Bergeracois souhaitaient également démontrer leur volonté d'adopter un « *développement socio-économique plus harmonieux* » fondé sur le principe de « *l'équité territoriale* ». En effet, ce positionnement devait permettre à l'ensemble des communes du pays de profiter des investissements économiques réalisés et des retombées touristiques espérées. Il était également un moyen de se démarquer des imposants voisins dont les territoires sont polarisés mais également déséquilibrés par l'existence de haut-lieux, tels que Sarlat ou Saint-Émilion. En faisant le choix du maillage plutôt que de la ponctuation, ce nouveau territoire obtint quelques résultats significatifs. Ainsi, le pays obtint, en 2006, le statut de pôle d'excellence rural pour son projet « *Vignobles et Bastides, une interaction pour l'emploi* ». Par ailleurs, si Sarlat avait déjà le statut de « *ville d'art et d'histoire* », le pays du Grand Bergeracois déposa une candidature pour être le premier pays de Dordogne à obtenir ce prestigieux label, synonyme d'une augmentation de la fréquentation touristique.

Par sa capacité à faire émerger une identité positive et à donner aux habitants le sentiment d'une certaine compétitivité, le développement culturel confère une épaisseur aux discours d'existence des nouveaux territoires. Même s'il ne saurait se résumer à cela, ce nouvel instrument des politiques publiques renforce ainsi le processus de « *la petite fabrique des territoires* » (Vanier, 1995). Il donne aux nouveaux territoires les « *alibis géographiques* » permettant à ces structures émergentes de se parer des parfums de l'authenticité, d'ancrer leur réalité dans l'ordre naturel des choses et de se dissimuler derrière l'illusion d'une dynamique endogène. Cette logique permet de convaincre les populations concernées de la pertinence de ces projets exhumés de logiques volontaristes et liés à des enjeux politiques. Mais si le développement culturel joue un rôle très important dans la transformation et l'organisation du territoire du Grand Bergeracois en produit d'appel « monnayable », on peut s'interroger sur ses supposées vertus sociales. En effet, quels sont les impacts en termes de cohésion et de lien social de ce marketing territorial construit avant tout à destination de l'extérieur ?

► Figure 2 – Illustration des « *réservoirs d'images* » du Sud Dordogne.



De l'image à la cohésion, les supposées vertus sociales du développement culturel

De prime abord, les actions culturelles semblent conférer une certaine plus-value à la vie sociale locale. En effet, alors que l'accentuation de la diversité culturelle inhérente au processus de recomposition sociale des campagnes est souvent perçue comme représentant une menace pour la cohésion locale, ces actions culturelles offrent la possibilité aux habitants, si ce n'est de s'investir autour de projets communs, du moins de se côtoyer en fréquentant sur le mode de la convivialité les mêmes lieux au même moment. La construction de cette co-présence, loin d'être anodine, s'inscrit dans un contexte marqué par l'émergence d'une injonction au lien social conçu comme devant être obtenu par la rencontre et le dialogue entre des personnes diverses. De fait, depuis le début des années 1990, ce lien mécanique entre le fait de partager un espace et celui de nouer des relations sociales s'impose, par sa capacité à être perçu comme une solution pragmatique répondant à un sentiment de perte d'organisation sociale et d'appartenance collective, comme un leitmotiv omniprésent dans les discours politiques ou médiatiques (Genestier, 2006). Le « *Printemps des Bastides* » illustre parfaitement cette volonté politique puisque les deux premières éditions de ces rencontres « *interculturelles et plurielles* », impulsées en 2001 par le conseil général de la Dordogne, furent consacrées à l'entente « *franco-britannique* ». Dans un département où l'immigration anglophone constitue une problématique pour le moins délicate, il s'agissait de favoriser la rencontre entre des communautés dont l'incompréhension mutuelle se révélait grandissante. Cette mission pacificatrice dévolue aux festivités est connue depuis longtemps puisque ces épisodes éphémères de la vie sociale, en autorisant l'expérience concrète d'un réel remodelé par un imaginaire libéré de tout assujettissement à l'ordre établi, permettraient une régulation apaisée des tensions sociales (Di Méo, 2001).

Toutefois, à l'heure de l'attractivité territoriale, la maîtrise de la production des images symboliques est devenue un enjeu tellement important qu'on peut se demander si on n'assiste pas de plus en plus à l'aseptisation et à la récupération des festivités au service justement de la promotion des identités territoriales (Amirou, 2000). De fait, les animations culturelles soutenues par le pays du

Grand Bergeracois, qu'il s'agisse du « *Printemps des Bastides* », des « *Journées de la rivière* » permettant, à la fin de l'été, de réunir les usagers de la Dordogne, ou encore du festival « *Grain d'automne* » alliant culture et vin à l'époque des vendanges, dévoilent tour à tour les principaux attributs symboliques du territoire. Les thématiques et les espaces investis ne sont donc pas neutres ; ils participent à légitimer l'existence du nouveau territoire. Par ailleurs, ces festivités mettent rarement l'accent sur les pratiques actuelles et leurs concurrences potentielles pour être davantage consacrées au paysage ou au patrimoine, objets beaucoup plus consensuels. Ainsi, pour organiser les « *Journées de la rivière* » devant permettre aux habitants de se réapproprier « *ce vecteur naturel d'identité* », les organisateurs invitèrent les associations à présenter des projets devant « *être culturel, sportif, environnemental, ludique et festif, et participer à une mise en valeur de la rivière, de son patrimoine et de ses paysages* ». Autrement dit, en jouant sur le registre de la convivialité et l'identification au patrimoine, ce type d'événements favorise une forme de consommation émotionnelle et d'illusion identitaire sans pour autant poser les fondations d'un débat social qui permettrait d'initier réellement de nouvelles solidarités. De fait, la rivière est ici ramenée à une nature emblématique et à des pratiques réifiées dont la seule efficacité semble résider dans des images qu'elles peuvent offrir au regard extérieur, celui du touriste (Alphandery et Pinton, 1998). Dans ce cas, l'environnement risque surtout de renforcer « *l'alibi géographique* », ouvrant encore un peu plus la voie à une patrimonialisation des territoires.

Pour Faure et Smith (1998), le développement culturel permettrait de renouveler les conditions de la gouvernance locale en donnant la possibilité aux habitants de participer à la réflexion sur le sens, sur les valeurs et sur l'identité du territoire. La prime systématique accordée aux acteurs possédant une bonne maîtrise technique des dossiers s'effacerait ainsi au profit d'une médiation plus large nécessaire à la fois au recensement de l'ensemble des propositions en matière d'action culturelle et à leur inscription dans une politique globale de développement local. En revanche, nous demeurons beaucoup plus circonspects sur cet idéal de la démocratie locale qui autoriserait la participation d'une diversité d'acteurs tout en étant exempt de tous rapports de force. Ainsi, si on s'intéresse aux acteurs de ces manifestations culturelles, sans nier que les habitants y par-

ticipient, il semble néanmoins qu'elles restent pensées pour se conformer à l'image que les non-résidents se font du territoire. Certes, de par leurs nombres et de par leurs impacts économiques, les touristes ou les résidents secondaires constituent des acteurs de plus en plus légitimes, mais il est également nécessaire de s'interroger sur ceux dont l'activité professionnelle est potentiellement concernée par cette nouvelle orientation du développement local. Par exemple, lorsqu'il est écrit au sein même de la charte de pays : « *Le Grand Bergeracois peut être qualifié de "réserve environnementale et patrimoniale"* », on peut s'interroger sur la place accordée aux agriculteurs qui, pour n'être plus les détenteurs du pouvoir politique local, n'en reste pas moins des acteurs à part entière du territoire.

L'agriculture bergeracoise face au défi du développement culturel

Le plan de développement rural (PDR) mené à partir de 1992 dans le cadre du district de Beaumont, un canton fondateur de l'association du pays des Bastides et membre du pays du Grand Bergeracois, a amorcé un tournant dans la manière d'envisager le développement local. Si une large place restait dévolue à l'agriculture, l'accent a surtout été mis sur la valorisation du patrimoine architectural et du développement touristique. Après quelques résistances, ce virage a fini par « séduire » un certain nombre d'agriculteurs. Pour justifier leur engagement, les exploitants rencontrés ont souvent évoqué l'idée d'un « *mal nécessaire* » comme pour souligner tout à la fois leur dépit devant la remise en question d'une certaine conception de leur métier et leur capacité à s'adapter, à « *suivre la machine qui est en marche* ». En fait, pour ces agriculteurs, la perte d'une certaine légitimité technique et professionnelle pourrait paradoxalement s'accompagner du sentiment de se voir conférer une légitimité sociale, en l'occurrence celle de la défense de certaines valeurs ou de certains savoir-faire traditionnels. Une recherche de nouvelles formes de validation qui n'est toutefois pas sans risque puisqu'elle est potentiellement fondée sur un certain nombre de malentendus.

L'agriculture au filtre du territoire

Il serait erroné de réduire les objets d'intervention du pays à la préservation et la protection des seuls patrimoines architecturaux et environnementaux.

En revanche, on peut affirmer que l'ensemble de ces actions s'inscrit dans le cadre de projets intersectoriels, où la culture joue un rôle essentiel, visant à promouvoir l'identité du territoire défini par les acteurs locaux comme : « *L'activité culturelle devient plus explicitement que par le passé un objet légitime d'intervention publique tandis que de nouvelles connexions sont tentées par les élites locales pour associer les activités culturelles à d'autres secteurs d'intervention. D'une certaine façon, on assiste peut-être à un travail d'adaptation des normes de l'action publique aux références identitaires et aux résonances locales de chaque micro-territoire* » (Faure et Smith, 1998). Ainsi, si l'agriculture se situe, en théorie, hors du domaine de compétence du pays, le processus se révèle plus complexe. En effet, l'association du Grand Bergeracois n'a pas vocation à intervenir dans des logiques de filières ou dans la gestion de secteurs d'activités économiques, mais elle peut aider à la promotion d'un produit dans la mesure où celui-ci, bien ancré dans le territoire, participe à valoriser l'image du patrimoine et des figures locales. L'agriculture qui intéresse le pays est donc d'abord celle qui, en adéquation avec l'identité territoriale affichée, apporte une valeur ajoutée. Autrement dit, une sélection s'opère. Certains produits comme le vin, le foie gras, les noix, ou le miel sont mis en avant alors que d'autres sont laissés dans l'ombre comme le lait ou les céréales. Par ailleurs, plus encore que la matière première, c'est le produit fini, prêt à consommer qui est mis en scène (rillettes, pâtés et autres lots assortis). En privilégiant cette entrée par la typicité des aliments, les recettes de cuisine, les lieux d'hébergement et de restauration, le pays communique sur le savoir-faire (hospitalité, gastronomie, art de vivre) mais très peu sur les fonctions nourricières de l'agriculture. On peut dès lors parler d'un certain « effet masquant » pour cette dernière (Lescureux, 2003) et ce, d'autant plus, lorsque l'agriculteur, déjà souvent absent des récits, est davantage représenté comme un artisan que comme un producteur. Cette focalisation des acteurs du pays sur un réseau territorial de productions emblématiques (route des vignobles notamment) s'accompagne également d'initiatives visant à promouvoir le rôle des agriculteurs dans la gestion des ressources du territoire. À titre d'exemple, la normalisation d'itinéraires de randonnée, dans le cadre du plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnées (PDIPR), nécessaire afin, selon les gestionnaires

du pays, d'améliorer l'accessibilité du territoire et de mettre en scène le patrimoine historique et culturel du territoire, peut être l'occasion de faire participer les agriculteurs au développement local sans nécessairement passer par l'activité de production : « *En Bergeracois, l'agriculture constitue un élément identitaire important. Les productions identifiées en tête desquelles, la viticulture joue un rôle moteur, contribuent en effet, pour une bonne part à construire l'image du territoire [...] les agriculteurs doivent être les garants d'une qualité architecturale environnementale et paysagère qui fait le caractère du pays du Grand Bergeracois* » (Charte de développement durable, 2002).

À notre connaissance, cette redéfinition des fonctions dévolues à l'agriculture au sein du pays s'est faite sans réelle implication de la profession agricole. Comme tous les autres habitants, les agriculteurs peuvent bien entendu participer au fonctionnement de la nouvelle entité territoriale. Mais sans réelle représentation institutionnelle⁴, les exploitants agricoles semblent éprouver quelques réticences à s'engager individuellement et ce d'autant plus que certains ont le sentiment d'avoir été « lâchés par les notables » suite au virage touristique amorcé à la fin des années 1990. Ainsi, sur la trentaine d'agriculteurs rencontrés au cours de notre enquête, deux seulement se sont investis dans le long processus de constitution du pays. L'un s'impliqua à titre personnel pour promouvoir une association sportive, tandis que l'autre préféra écouter sa collaboration après avoir été inscrit d'office dans une commission sur le tourisme alors qu'il souhaitait que l'association du pays du Grand Bergeracois participe au financement d'une structure de méthanisation des déchets d'origine animale.

Après l'attrait pour l'architecture et l'environnement, l'extension à l'agriculture du développement culturel semble participer d'une généralisation des processus de patrimonialisation. Une tendance au « tout patrimonial » qui se caractérise notamment par une spatialisation croissante, puisqu'après avoir dépassé depuis longtemps le cadre des monuments, elle s'étend désormais à l'immatériel et aux objets du quotidien. Dans ce retour à l'étymologie privée du terme patrimoine, les agriculteurs périgourdins se retrouvent donc en première ligne, tout à la fois acteurs et objets du processus de patrimonialisation.

Entre rente territoriale et « agricolité », le double effet de la patrimonialisation

La plupart des agriculteurs rencontrés reconnaissent volontiers que l'attractivité du territoire et l'engouement pour les saveurs agricoles du patrimoine leur ont permis, à un moment ou un autre, d'améliorer leurs conditions de vie. En effet, la nouvelle ruralité en train d'être inventée s'adosse, entre autres, sur une conception du patrimoine local faisant directement référence à la vie agraire traditionnelle. Ainsi, qu'ils soient détenteurs des masures qui sont désormais les « périgourdines » les plus prisées, ou considérés comme les garants d'un savoir-faire traditionnel et d'un art de vivre aujourd'hui mis en exergue dans toutes les manifestations du pays, les agriculteurs se sont vus subitement accorder une certaine reconnaissance sociale et surtout la possibilité de développer des sources de revenus complémentaires. Ainsi, même s'ils ne s'y sont pas engagés pleinement, il leur était difficile de rester à l'écart d'un processus de mise en valeur patrimoniale leur garantissant une rente territoriale dans la mesure où la conjoncture agricole était des plus difficiles. En effet, la structure des exploitations périgourdines, dont beaucoup conservent les traces d'une polyculture traditionnelle, reste un handicap majeur pour leur compétitivité économique.

En revanche, aux yeux du grand public, l'apparence « traditionnelle » de ces mêmes exploitations et la beauté des paysages auxquels on les associe bien volontiers, semblent en osmose avec les représentations de la ruralité édenique actuellement en vogue, c'est-à-dire celles d'une agriculture de terroir à taille humaine et en harmonie avec son environnement. Mais ne nous trompons pas, cette place « retrouvée » n'est pas le fruit d'une quelconque prédestination naturelle. De même que la sélection et donc la survie des exploitations se fait sur des critères essentiellement économiques et techniques, l'adoption de cette nouvelle grille normative, pour être synonyme de rente territoriale, n'en nécessite pas moins la capacité de se reconverter et de s'adapter à de nouvelles contraintes. La normalisation de l'authentique, qui passe notamment par l'obtention de labels, suppose en effet bien souvent de se trouver à la pointe du développement et des innovations, en somme d'être les plus « modernistes » : « *Instrument de revalorisation de productions minorées, ou marginalisées, l'assignation patrimoniale s'est*

4. Préoccupés par des enjeux gestionnaires et stratégiques internationaux, les institutions agricoles semblent rester encore quelque peu à l'écart de ce type de projet territorialisé qui nécessiterait un partenariat avec les élites politiques du monde rural (Faure et Smith, 1998).

révélée être aussi un excellent outil d'intégration des restes ou survivances artisanales dans la logique industrielle de nos échanges économiques » (Delbosse, 2000).

Toutefois, si les personnes rencontrées sont plutôt fières du rôle identitaire que leur allouent les différentes manifestations culturelles, pour un certain nombre, cette rente territoriale laisse un goût amer. En effet, alors qu'ils ont justement dû faire des efforts pour se reconverter et adapter leurs outils de production à ce « virage » touristique, elles regrettent leur enfermement dans ce qu'ils considèrent être les stéréotypes de leur catégorie sociale :

« Je n'ai rien contre les touristes, mais ils nous considèrent un peu comme une partie de la population qui n'est peut-être pas très évoluée. Oui, ils nous voient, ils nous imaginent comme le monde rural était en 1800, enfin, certains, oh pas tous bien sûr, mais certains ils sont quand même assez surpris qu'on ait une ouverture sur l'extérieur » (agricultrice, 57 ans, Beaumont, 2006).

« On les surprend toujours. On leur parle de trucs, ils tombent des nues, ils ne s'attendent pas par exemple à ce qu'on ait vu le dernier film sorti. Les gens, là ils sont un peu surpris. Ils ont l'image du paysan qui ne sait pas grand-chose. Alors quand on essaie d'entrer en dialogue avec eux sur des choses qu'ils sont susceptibles de connaître... on sent qu'ils sont étonnés qu'on soit au courant des choses dans ce trou perdu » (agricultrice, 53 ans, Issigeac, 2007).

On peut dès lors supposer que ces agriculteurs périgourdins ne sont pas seulement acteurs de cette extension du processus de patrimonialisation mais qu'ils en sont également devenus les objets. En tant que dépositaire de cette culture agraire idéalisée, le « paysan » périgourdin se serait ainsi retrouvé pris dans un processus de « naturalisation ». Confondu avec son milieu de vie, figé dans le souvenir des temps anciens,

il deviendrait ainsi le vecteur de cette thérapie que peut être la culture, lorsqu'on a besoin de se ressourcer, de se régénérer, en somme de vérifier qu'on est bien vivant (Amirou, 2000). Cette interprétation ne remet pas en cause le constat d'une certaine reconnaissance sociale allouée à cette figure du paysan, simplement, elle lui donne un tout autre sens. Ainsi, pour Bourdieu (1994), un processus de reconnaissance établit entre des acteurs inégaux s'accompagne d'un processus de domination : « *Un des effets de la violence symbolique est la transfiguration des relations de domination et de soumission en relations affectives* ». Cette interprétation nous paraît pertinente pour comprendre qu'un processus de validation, même (ou plutôt surtout) lorsqu'il est teinté d'empathie et d'euphémisation, n'est pas exempt de toute relation de pouvoir. De fait, si dans ces nouveaux territoires de l'urbanité rurale, les agriculteurs ont une place, c'est d'abord celle qui leur est assignée par ce discours, ou devrait-on dire cette invocation, qui les transforme en dignes représentants d'une culture agraire idéalisée et élevée au rang d'héritage collectif. Or, cette reconnaissance sociale est construite sur un malentendu fondé sur le fait que « *si la culture agricole a produit ce qui est considéré comme le patrimoine d'aujourd'hui, [...] elle n'en fournit pas l'énoncé et la promotion* » (Bergues, 1998).

De fait, les festivités organisées jouent de plus en plus la carte de « l'agricolité » (Lescureux, 2003) : elles ont l'appellation et les saveurs de l'agriculture mais la présence même des producteurs devient marginale (figure 3). Cette « *agricolité* » est reprise de manière anarchique par de nombreuses communes, comités des fêtes et/ou associations du patrimoine, qui réinventent toutes sortes de fêtes et de marchés traditionnels sur les cendres des foires ou des comices agricoles. D'ailleurs, ce terme est souvent abandonné ; on lui préfère souvent le nom du produit régional (fête de la noix, fête du foie gras, fête du cèpe...) pour marquer l'identité locale, ou ceux plus génériques de « *marché paysan* » ou de « *marché fermier* » pour souligner l'authenticité et la convivialité de l'évènement, et donc lui conférer des vertus affectives, sociales et culturelles. C'est d'ailleurs sous cet angle que le pays du Grand Bergeracois communique sur les marchés saisonniers ou permanents dont il assure la promotion : « *un lieu de rencontre et de convivialité pour continuer à apprécier ces moments de la vie quotidienne* ». L'existence

▼ Figure 3 – Les festivités de l'« *agricolité* ».



d'une demande sociale semblant aller dans ce sens encourage certains agriculteurs à aller plus loin et à organiser des marchés à la ferme où les repas collectifs restent les moments incontournables des multiples animations (orchestres, danse, promenade en calèche, démonstration de gavage...) qui viennent égayer ces festivités estivales à caractère privé. En revanche, qu'il s'agisse d'un aménagement occasionnel ou même d'une mutation structurelle, l'espace de production reste bien souvent absent de la scène. Bourdin (1984) a ainsi tout à fait raison de noter que la mise en scène de l'authenticité et de la convivialité, inséparable couple de valeurs de l'affirmation locale, ne s'arrête nullement aux lieux et aux rites publics.

La quête effrénée d'émotions collectives où nous recherchons à devenir nous-mêmes les acteurs du spectacle conduisent à une multiplication des festivités et à un investissement successif, voire erratique, des espaces privés ou publics. Dans ce mouvement et cette recomposition incessante des images locales, l'agriculteur peut y trouver une valorisation personnelle. Par contre, la visibilité du monde agricole demeure beaucoup plus incertaine, si ce n'est dans sa réduction à quelques stéréotypes culturels. Afin de canaliser cette confusion et de se réappropriier la promotion de son image, la chambre d'agriculture de Dordogne a mis en place des *marchés de producteurs de pays*.

Lorsque le monde agricole se réapproprie le développement culturel, l'exemple des marchés de producteurs de pays

Devant l'instrumentalisation de « l'agricolité », certains exploitants n'hésitent plus à exprimer leur ressentiment et à briser le consensus inhérent à ce mode de développement :

« Quand on fait des foires, on est à l'extérieur de l'exploitation, on peut raconter ce que l'on veut ! Si on a la parole un petit peu facile et si on réussit à expliquer un petit peu les choses, je dirais qu'on peut embellir, enjoliver, on peut raconter un peu ce qu'on veut ! » (agriculteur, 41 ans, Lalinde, 2006).

« Je me suis battu et je me bats toujours contre ces agriculteurs qui vont simplement mettre des panneaux au bord de la route pour dire : « démonstration de gavage gratuite à 18 heures », uniquement pour appâter le chaland sur du savoir-faire traditionnel. Pour moi, c'est la pire des choses ! Je veux dire, on ne peut pas communiquer uni-

quement sur le gavage. Ce n'est qu'une partie limitée de la vie de l'animal et de notre métier » (agriculteur, 52 ans, Beaumont, 2006).

Au-delà d'une dichotomie assez simpliste qui viserait à opposer des victimes et des bénéficiaires de la rente territoriale, ces différents témoignages doivent être interprétés comme autant de signes des contradictions qui agitent tout un chacun, comme autant de preuves de l'ambiguïté même de cette forme de patrimonialisation des espaces agricoles. En effet, aucun de ces exploitants ne rejette la valorisation des ressources patrimoniales du territoire, mais en s'engageant individuellement dans cette reconversion, ils se sont *de facto* placés en marge d'institutions agricoles dont le référentiel demeure l'activité de production. Or, pour la plupart des agriculteurs, ces institutions agricoles restent, malgré leur refus de reconnaître une certaine diversité, les garants de leur identité professionnelle. Autrement dit, ils sont de plus en plus nombreux à se retourner vers le monde agricole pour tenter de trouver des solutions à ce qu'ils considèrent être une perte d'identité. Si dans la plupart des cas, les syndicats agricoles continuent de privilégier une logique de filière, certaines initiatives démontrent que les choses évoluent progressivement. Ainsi la chambre d'agriculture de Dordogne a souhaité promouvoir, avec l'appui notamment du pays du Grand Bergeracois, des *marchés de producteurs de pays* mettant l'accent sur la présence des exploitants agricoles. Autrement dit, l'objectif initial n'était pas de contrecarrer la mise en valeur actuelle du territoire, mais plutôt de s'en servir pour devenir les auteurs de leur propre mise en scène et obtenir ainsi un espace de parole et de visibilité. Mais, au final, cette initiative fut davantage pensée sous l'angle de la communication publicitaire que de la discussion à plusieurs voix. Alors que ce que nous avons nommé les festivités de « l'agricolité » instrumentalisent l'image de l'agriculture périgourdine, les marchés de producteurs de pays s'appuient sur les « réservoirs d'images » du territoire car c'est l'« esprit » du lieu qui est alors mis au service du producteur et du produit. Contrairement aux autres festivités, les lieux les plus touristiques ne sont pas nécessairement retenus car c'est surtout la sobriété et la simplicité du site qui prévaudra. À Loubejac, village isolé à l'extrémité sud du département, la commune double ainsi le nombre de ses habitants les soirs de marché. Ce n'est plus l'abbaye ou la place de la bastide qui sont ici mises en scène mais la petite église, les quelques arbres et la grange qui

bordent la parcelle où se tient l'événement. Ce décor minimaliste n'est pas l'absence de mise en scène. Au contraire, il s'agit d'un habillage « rustique » qui présente des objets – biens ou services à promouvoir – sous l'angle de leur valeur potentielle pour leurs destinataires. Tout en jouant sur les mêmes registres de la convivialité et du patrimoine, le succès croissant des *marchés de producteurs de pays* tient ainsi en partie à cette capacité à s'être constitués en réponse à une exigence sociale toujours plus forte d'authenticité. Autrement dit, si la réussite de ces marchés garantit, au moins à court terme, des revenus complémentaires aux exploitants agricoles, il est nécessaire de s'interroger sur la construction sociale de ces événements. À notre sens, elle participe d'un discours idéalisé sur le rôle et la place de l'agriculture dans le tissu social et l'économie départementale. Ces marchés de producteurs restent ainsi davantage pensés sous l'angle d'une adhésion à des valeurs culturelles stéréotypées que dans la perspective d'actions conjointes permettant, à partir de la reconnaissance d'une différence, une redéfinition des normes sociales du « *vivre ensemble* ».

Conclusion

La rente territoriale constituée, en Dordogne, par la valorisation des ressources patrimoniales du territoire n'est sans doute pas généralisable à l'ensemble des espaces ruraux dont les fonctions et les usagers se diversifient. En revanche, la façon dont le développement culturel a permis à une association telle que le pays du Grand Bergeracois de se doter d'une consistance territoriale et de se façonner une identité singulière, source indéniable d'attractivité, semble correspondre à un modèle de marketing territorial présent désormais dans la plupart des projets de territoires. Ainsi, dans un contexte de forte concurrence entre les territoires, le développement culturel apparaît d'abord comme une nouvelle forme d'ingénierie de la territorialisation. Non seulement cet instrument permet de construire, par le maillage ou la sélection de lieux emblématiques, une cohérence territoriale, mais la diffusion des actions culturelles semblent également participer d'une extension du contrôle des pouvoirs publics, c'est-à-dire *in fine* d'un renforcement de la légitimité du territoire. À l'heure où il existe un véritable attrait pour les saveurs et les valeurs du local, cette démarche peut paraître économiquement viable, mais du point de vue des objectifs de cohésion

sociale dévolus au développement culturel, les résultats de notre enquête nous conduisent à être plus prudents.

En effet, en mobilisant le développement culturel avant tout comme une ressource d'existence des nouveaux territoires, on limite la capacité d'innovation dont il est indéniablement porteur : « *le principal obstacle à l'institutionnalisation de nouvelles normes d'actions collectives au sein de ces espaces de développement apparaît lié à la prégnance des logiques de contrôle territorial dans l'action publique* » (Douillet, 2002). De fait, en jouant de manière récurrente sur les registres de l'identité, de la convivialité et de l'authenticité, le développement culturel participe à faire du territoire un espace de « non-contradiction » et d'atténuation des rapports de pouvoir. Ainsi, si le territoire aplanit les différences pour faire partager des valeurs communes, il présente l'inconvénient plus important encore de se faire admettre comme une évidence indiscutée. La question n'est donc plus tellement de savoir si le développement culturel permet d'ouvrir la gouvernance du territoire à une multiplicité d'acteurs, mais plutôt de savoir quels sont ceux qui demeurent à l'écart des rouages de cette construction territoriale alors même qu'ils sont mis en scène et amenés à redéfinir leurs identités professionnelles.

Pour certains agriculteurs, le développement culturel offre ainsi des possibilités de diversification économique et de reconnaissance sociale, mais le regard patrimonial qu'il participe à diffuser est également une contrainte pour les exploitants agricoles qui ne peuvent pas investir dans cette « standardisation » de l'authenticité. Dès lors, on peut se demander si la réduction de l'agriculture à une « *agricolité* », c'est-à-dire à des produits emblématiques et des valeurs idylliques, constitue le meilleur moyen d'aborder la problématique de la renégociation du lien social entre les agriculteurs et le reste de la société civile. Si la qualité de la relation sociale renvoie à une idée d'« un être ensemble » paisible, elle implique aussi des idées de tension et de confrontation car la construction de toute relation sociale suppose la reconnaissance préalable de la diversité et de la différence. Autrement dit, si le développement culturel peut être effectivement conçu comme un outil déclencheur du changement, sa capacité à susciter et à organiser de véritables débats publics, seuls à même de donner une légitimité à ce changement, demeure plus incertaine. □

Résumé

L'objectif de cet article est de discuter l'ambiguïté des dynamiques de régulation sociale engendrée par le recours systématique au processus de valorisation des ressources culturelles dans des espaces ruraux en rupture d'agriculture et soumis à une forte recomposition sociale. En nous appuyant sur l'exemple du pays du Grand Bergeracois, nouveau territoire du Sud Dordogne, nous ferons l'hypothèse que si le développement culturel renforce l'image des territoires vis-à-vis de l'extérieur et offre la possibilité de rassembler les habitants et les visiteurs autour d'animations et de festivités, il est également un processus normatif qui participe de la redéfinition de l'identité professionnelle des agriculteurs autour d'une patrimonialisation des territoires.

Abstract

This paper relates to the ambiguous dynamics of the social regulation generated by the standard valorisation of cultural resources in rural areas subject to both the importance of non-agricultural income sources and a profound social recomposition. The Grand Bergeracois, new territory located in the South Dordogne (France) is our case study. We assume that the cultural development reinforces the brand territories and gathers inhabitants and visitors for animations and festivities. But cultural development is also a normative process and thus contributes to the redefinition of farmers' professional identity and to the developing cultural heritage in the territories.

Bibliographie

- ALPHANDÉRY, P., PINTON, F., 1998, Le « pays », territoire de l'environnement ? La protection de la nature en Puisaye, *Sciences de la Société*, vol. 45, p. 119-137.
- AMIROU, R., 2000, *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris, PUF, 155 p.
- BERGUES, M., 1998, *Les relations aux lieux en pays beaumontois, une approche ethnologique*, Mission du patrimoine ethnologique, 156 p.
- BÉTRY, N., 2003, *La patrimonialisation des fêtes, des foires et des marchés classés « sites remarquables du goût » ou la mise en valeur des territoires par les productions locales*, thèse de doctorat en sociologie et anthropologie, université de Lyon II, 508 p.
- BOURDIEU, P., 1994, *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Le Seuil, 252 p.
- BOURDIN, A., 1984, *Le patrimoine réinventé*, Paris, PUF, 24 p.
- DELBOSSÉ, G., 2000, Dans les coulisses du patrimoine, in CHEVALIER, D. (ed), *Vives Campagnes. Le patrimoine rural, projet de société*, Paris, Autrement, p. 97-128.
- DI MÉO, G., 1995, Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle, *Espaces et Sociétés*, vol. 78, p. 9-15.
- DI MÉO, G., 2001, Fête, société locale, identité, in DI MÉO, G. (ed), *La géographie en fête*, Paris, OPHRYS, p. 23-42.
- DOUILLET, A-C., 2002, Le territoire, objet de politiques publiques. Logique de constitution des espaces de développement promus par les politiques de développement territorial, in JEAN, Y., CALENGE, C. (ed.), *Lire les territoires*, Villes et Territoires, n° 3, p. 39-54.
- FAURE, A., SMITH A., 1998, Espace rural, politiques publiques et cultures politiques, *Ruralia*, <http://ruralia.revues.org/document32.html>

GARAT, I., 2005, La fête et le festival, éléments de promotion des espaces et représentation d'une société idéale, *Annales de Géographie*, n° 643, p. 265-284.

GENESTIER, P., 2006, L'expression « lien social » : un syntagme omniprésent, révélateur d'une évolution paradigmatique, *Espaces et Sociétés*, vol. 3, n° 126, p. 19-34.

LAJARGE, R., 2000, Le territoires aux risques des projets – Les montagnes entre parcs et pays, *Revue de Géographie Alpine*, vol. 1, p. 45-60.

LESCUREUX, F., 2003, *Les relations des agriculteurs au territoire au travers de la vente directe et de l'accueil à la ferme. Le cas de la région des Monts de Flandre*, thèse de doctorat en géographie, université des sciences et technologies de Lille, 591 p.

VANIER, M., 1995, La petite fabrique de territoires en Rhône-Alpes : acteurs, mythes et pratiques, *Revue de Géographie de Lyon*, vol. 70, n° 2, p. 93-104.