

Terroir-isme



(c) Mucem

1888.4.21-2, sabots de pêcheur, bois sculpté, Cancale, Bretagne, France.

Saison 3, épisode 2

*Formes et enjeux
de la promotion du terroir*

Daniel Monterescu

Mucem

Terroirisme [*teɤwawism*] :

Terroir, Folklore, Traditions, Retours à la terre : des notions connexes, connotées et ambivalentes, dont l'univers sémantique s'ancre en partie sur des représentations du monde rural. Partant des inspirations portées par les avant-gardes artistiques au cœur de l'exposition « Folklore », chercheurs, artistes et curateurs reviendront sur différentes formes d'aspiration à la vie rurale et sur l'histoire, les contextes, les présupposés de ces motivations.

Saison 3

Formes et enjeux de la promotion du terroir

Quels contextes sociaux, économiques, identitaires, politiques façonnent la construction des notions de terroir et de folklore ? Quels complexes de formes et de représentations mettent-elles en tension ? Quels enjeux politiques et économiques soulèvent-elles ?

Épisode 2

Daniel Montereescu

Daniel Montereescu est professeur associé en anthropologie à la Central European University à Budapest/Vienne. Il occupe actuellement la chaire EHES/IMÉRA en études transrégionales. Il étudie l'influence des frontières politiques sur les circulations alimentaires transnationales, à travers des exemples en Israël/Palestine, en Europe Centrale, au Royaume-Uni ou encore dans la diaspora irakienne. Il offre ici un aperçu de ses travaux autour des processus de « terroirisation ».

**Terroir et Territoire :
liaisons dangereuses entre
vin et politique**

« La terre ne devient terroir que vécue, modelée et racontée. En bref, humainement habitée »¹ André Micoud, 2011.

De l'huile d'olive produite en Tunisie et vendue en France sous l'appellation « terroir méditerranéen » jusqu'au « terroir microbien » japonais pour la fermentation de koji et de miso, en passant par ces « merroirs » que sont les « terroirs aquatiques » protégés par les communautés de pêcheurs au Sénégal ... le terroir est un fait culturel global.

Terroir, authenticité et marques

Si le terroir est une invention française, le concept s'élargit aujourd'hui à un discours mondial d'authenticité, polysémique et appliqué à toutes sortes de produits et de revendications, politiques, économiques, ou ethniques. Le terroir soutient le processus de patrimonialisation du goût, qui s'institutionnalise en 1935 avec le système des appellations d'origine contrôlée (AOC) au nom d'une « politique de qualité », avant de devenir, vers la fin du XX^e siècle, une expression à la mode pour vanter l'authenticité de produits locaux à l'échelle mondiale. L'engouement de notre époque pour le terroir reflète le paradoxe d'une tendance mondialisée au localisme. D'une part, le terroir est un moyen discret de rétablir le protectionnisme étatique et de soutenir les secteurs agricoles et viticoles. D'autre part, il est devenu un marqueur d'identité dans des contextes radicalement différents.

En France, le savoir-faire écologique est célébré comme « une originalité française »², pour privilégier son propre marché en valorisant les pratiques locales. Le terroir s'entend ici tantôt comme un terme technique pédoclimatique, tantôt comme l'expression romantique d'un « savoir-vivre », tantôt comme un argument de marketing.

¹André Micoud, « Terre, Terroir, Territoire », *Lumière & Vie* n° 290, avril-juin 2011. p. 37-45.

² Laurence Bérard et al., « Savoirs et savoir-faire naturalistes locaux : l'originalité française », *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 2005, volume 6, numéro 1.

Dans le film *Mondovino* (2004)³, ces différentes acceptions prennent une tournure épique dans la bouche du propriétaire du domaine de Montille, lorsqu'il défend le « terroir » bourguignon contre les « marques » issues de l'ingénierie hors sol de ses concurrents : « Le vin est là ! C'est le terroir... Les marques font partie de la culture anglo-saxonne ... Ici, nous cultivons une appellation d'origine. Les marques sont oubliées, comme les gens ». Seul le terroir reste, et il ne ment pas, pourrait-on ajouter⁴... Face à cette idéalisation essentialiste du terroir au nom d'un déterminisme environnemental, les terroir-sceptiques dénoncent les dérives nationalistes d'un débat politico-écologique : « C'est le sol barrésien ! Rien d'aborigène, rien de natif, rien de primitif, dans ce terroir réinventé après que la modernisation a fait disparaître tous les anciens attachements. C'est un Local par contraste. Un anti-Global »⁵, rétorque par exemple Bruno Latour.

Terroir et territorialité

Ces débats sont exacerbés dans les régions viticoles où le terroir traverse des frontières contestées : cultiver la terre devient une déclaration politique. S'y confrontent deux champs conceptuels distincts : la notion culturelle et patrimoniale de « goût du terroir » et les politiques frontalières du territoire. Étymologiquement, le mot « terroir » est un doublon historique du mot « territoire », pour désigner un domaine cultivable : les concepts sont liés, mais ils évoluent selon des histoires culturelles divergentes. Le premier mythifie les caractéristiques d'un lieu géographique, alors que le second confère au sol une signification politique, des frontières à défendre et un droit collectif. Pour comprendre comment le terroir se retrouve au cœur de processus de territorialisation, il faut considérer les terroirs et les territoires comme des espaces sociaux, résultant de constructions historiques et culturelles, plutôt que comme des délimitations géographiques.

³ Film réalisé par Jonathan Nossiter et présenté au Festival de Cannes en 2004.

⁴ Evelyne Pieiller, « [Le terroir ne ment pas](#) », *Le Monde diplomatique*, juin 2018.

⁵ Bruno Latour, *Où atterrir ?*, 2017, *La Découverte*.

Patrimonialisation et (trans)nationalisation du vin : quelques exemples

Le cas du célèbre Tokaj illustre une dynamique de « contraction » qui consiste à rabattre le terroir transfrontalier à l'échelle de l'État-nation. La région viticole du Tokaj s'est trouvée scindée par la frontière étatique entre Hongrie et Tchécoslovaquie tracée après la chute de l'empire austro-hongrois en 1918.

Au XX^e siècle, le déclin de ce vin est l'effet de différents facteurs successifs : dissolution de l'Empire, extermination des commerçants juifs pendant la seconde guerre mondiale, politique de production sous le régime soviétique. Sa renaissance patrimoniale dans les années 1990 est mue par la revendication des cultures nationales en contexte post-socialiste. La Hongrie a ainsi gagné plusieurs procès concernant l'utilisation du nom Tokaj (contre l'Italie, la France, l'Australie et la Serbie). En revanche, elle a perdu son recours contre la Slovaquie auprès de la Cour de justice européenne en 2013 : Hongrois et Slovaques se partagent et se disputent aujourd'hui l'appellation unique du prestigieux vin, produit à l'échelle d'un territoire transfrontalier classé en 2002 site du patrimoine mondial.

Alors que le Tokaj est produit dans un terroir partagé entre deux États, la lutte pour le terroir en Algérie française a établi une symétrie axiale entre le Languedoc et l'Algérie. Des années 1930 aux années 1960, l'Algérie coloniale était le quatrième producteur mondial de vin et le premier exportateur mondial⁶. Cet essor est concomitant du système des AOC dans la métropole, qui promeut un discours centralisateur opposant le vin industriel (« vin ordinaire » et « vignobles de masse ») en Algérie au « vin de terroir » de la métropole.

⁶ Giulia Meloni and Johan Swinnen, «The Rise and Fall of the World's Largest Wine Exporter—And Its Institutional Legacy », *Journal of Wine Economics*, 2014, volume 9, number 1, p. 3–33.

Alors même que la frontière avec l'Algérie était une frontière départementale intra-étatique, la rivalité féroce des producteurs de vin des deux côtés de la Méditerranée, aggravée par les crises successives du marché viticole, suscite dans le Sud une escalade d'émeutes se référant au modèle fondateur de la Grande révolte des vigneronns de 1907. Le vin algérien a ainsi fonctionné comme un agent de l'altérité et de l'identité, de l'étranger et de l'appartenance. Il s'agissait de freiner l'expansion du vin algérien français en faisant valoir qu'il était « étranger » et pourrait contaminer le patrimoine national des traditions viticoles françaises⁷. Mais un tel discours, avançant des arguments de « francité » du vin au nom d'intérêts territoriaux, politiques et économiques faisait résonner la question lancinante : l'Algérie était-elle vraiment française ?

La décolonisation en Algérie et l'intégration européenne lèveront le dernier obstacle à l'ascension des vins d'appellation dans la métropole. Alors que le vin exprimait l'identité collective complexe entre métropole et colonie, l'aura du terroir est cantonnée aux frontières métropolitaines de la France : le système des appellations devait protéger la France des vins « étrangers », ciblant ainsi la « question algérienne »...

À l'inverse de la contraction, l'expansion consiste à dépolitiser les frontières pour s'étendre. Les vins dits du « Nouveau Monde » s'émancipent le plus possible, par leur technique de production comme par le discours qui les accompagne, de la provenance régionale du vin. Cette stratégie pionnière s'appuie sur l'imaginaire d'une « nature vierge » à domestiquer, en gommant territoire et histoire. On peut illustrer cette tendance par le cas des vins israéliens. Israël offre une gamme et une qualité de vins parmi les meilleures de la Méditerranée orientale. La carte officielle de ses vins comprend les territoires occupés mais gomme toute référence à la Palestine, y compris à sa frontière. Cette équivoque s'associe à la stratégie des vins du « Nouveau monde » identifiant les vins par cépage plutôt que par terroir régional.

⁷ Nathan Pedigo, *The Struggle for Terroir in French Algeria: Land, Wine and Contested Identity in the French Empire*, PhD Dissertation, Southern Illinois University Carbondale, 2015.

Enfin les établissements vinicoles des colons israéliens se réfèrent à un imaginaire, biblique ou méditerranéen, alléguant un patrimoine ancestral déterritorialisé qui efface les frontières politiques : ce flou gomme le territoire au profit d'un imaginaire du terroir qui normalise l'occupation. L'étiquetage « Made in Israël » pour des produits provenant des colonies juives a d'ailleurs été interdit par des arrêts de la Cour de justice de l'Union européenne (2018) et de la Cour fédérale canadienne (2019). En 2020, le vignoble Psâgot, situé dans une colonie juive de Cisjordanie occupée, a alors produit une cuvée spéciale, Pompeo Wine, en l'honneur du secrétaire d'État américain, Mike Pompeo, et en gage de gratitude envers l'administration Trump après la publication d' « une proclamation de la légalité de la position d'Israël en Judée et en Samarie »⁸.

Conclusion

Plutôt que de se focaliser sur les nuances des propriétés gustatives qui distinguent le « goût du terroir », l'accent mis sur les déterminants politiques de la production de vin nous permet d'historiciser le terroir comme espace dynamique. Outil politique sans pareil, la mythologie du terroir matérialise et localise les relations de pouvoir par-delà les frontières nationales, impériales ou coloniales. Dans une perspective transnationale, le vin n'est pas une simple boisson mais un instrument actif de territorialisation et de gastro-nationalisme.

⁸ Cf. le site commercial : <https://psagotwines.com/en/wineries/red/?wid=4289#wine428>.

Terroir-isme

Formes et enjeux

de la promotion du terroir

Mucem

Conception graphique : Sandro Vercellino