

Book Reviews

Comptes rendus de livres

ANAÏS DÉTOLLE

Compte rendu de

Trubek, Amy B. 2008. *The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir*. Berkeley: University of California Press.

Pp. 294, illustrations, ISBN 9780520252813, \$45.00.

Cet ouvrage est une mise en perspective, d'un point de vue américain, de la signification et de l'importance du terme « terroir » en France. Les concepts de « terroir » et de « goût du terroir » sont difficilement traduisibles en anglais. En France, outre le fait de désigner un territoire restreint, le terme « terroir » acquiert à la fin du XIX^e siècle, avec l'utilisation qu'en fait la pédologie, une connotation d'immanence.

« Il est préexistant à l'homme, qui ne fait que révéler sa potentialité. [...] ce sont les incessantes allées et venues entre l'agrosystème, le produit et l'homme [...] Ainsi, la profondeur historique intégrant l'accumulation et la transmission d'un savoir-faire et l'inscription de la production dans une communauté font la différence » (Bérard et Marchenay 1995: 160-161).

Aujourd'hui, en France, le terme « terroir » implique non seulement le produit ainsi que le territoire spécifique dont il est issu, mais aussi tout le savoir-faire qui l'entoure et qui se veut historique et authentique, et donc issu d'une culture particulière. L'importance culturelle qu'on lui attribue favorise peu l'adaptation sémantique du terme. Il est assez peu perméable aux frontières géographiques, linguistiques et disciplinaires.

C'est cette problématique qui est au centre de *The Taste of Place*. En tant qu'Américaine, Trubek cherche à comprendre le vécu du terroir en France et aux États-Unis et à trouver les universaux émanant de ce concept, qu'ils soient culturels ou sémantiques. À une époque où l'industrialisation fait partie intégrante de la production alimentaire, le consommateur est de plus en plus étranger à ce qu'il ingère. L'auteur désire communiquer à un

lectorat américain de quelle manière la notion de « terroir » et ses implications agricoles, culinaires et culturelles seraient, selon ses termes, « la voie du milieu », celle qui combinerait esprit d'entreprise et authenticité.

L'intérêt de cette anthropologue pour l'idée de terroir s'est développé au contact de professionnels de la restauration. L'introduction nous apprend que lorsqu'elle était professeure au New England Culinary Institute, elle avait réalisé, lors de rencontres avec des collègues et des étudiants, que l'association d'un aliment à son lieu d'origine est, chez ces professionnels, automatique. Néophyte sur le plan gustatif, elle s'était interrogée sur la réalité de cette association. Le goût d'un aliment peut-il réellement être influencé par son environnement de production ? Le lien que font les professionnels entre goût et lieu de production est-il universellement reconnu ?

Trubek a donc entrepris d'effectuer une analyse comparative des différentes bases définitionnelles de l'association entre lieu et aliment en France, aux États-Unis ainsi qu'en Italie. Trubek répondra ainsi à ces questions en affirmant qu'un lieu de production et un savoir-faire produisent effectivement une expérience gustative distincte. Par contre, elle reconnaît que le goût est culturellement dicté et que les savoir-faire mis en œuvre dans la production d'un produit peuvent varier.

Le livre se construit en six chapitres. Dans un style littéraire descriptif où elle utilise l'ethnographie tout autant que le style journalistique et quelque peu autobiographique, Trubek propose au lecteur de s'insérer dans le quotidien de producteurs des deux pays afin d'explorer la genèse contemporaine

du « goût du terroir », qu'elle traduit par « the taste of place ». Elle amène le lecteur à voyager à travers de longues descriptions paysagères, tentant ainsi de faire apparaître le lien entre le lieu géographique et les produits alimentaires au centre de son analyse.

Dans les deux premiers chapitres, l'auteur explore le développement historique de l'importance que donnent les Français à l'idée de terroir. Elle critique l'aspect essentialiste que lui confère l'organisme de labellisation du gouvernement français, l'Institut du Goût et de la Qualité (INAO). Elle met ainsi en lumière l'aspect construit des valeurs entourant cette notion, des valeurs d'authenticité, de plaisirs simples et bons, de nature généreuse, à travers une image idéalisée de la campagne.

Le second chapitre s'arrête sur la démonstration de l'efficacité de cette construction d'un idéal de terroir qui a été intériorisé par la population, plus particulièrement par les paysans dont le mode de vie a été, par ce processus, idéalisé. L'affaire Mondavi, où un producteur de vin américain avait tenté d'acheter une terre en France et avait été immédiatement conquis par la population locale, démontre, selon Trubek, le profond ancrage de l'aspect identitaire de la notion de terroir.

La partie suivante mène l'auteur aux États-Unis, plus particulièrement en Californie et au Vermont, son objectif étant de vérifier de quelle manière s'y définit le terroir. Dans les trois chapitres suivants, le lecteur partage le quotidien de viticulteurs, de chefs cuisiniers et d'acériculteurs. Cet exercice permet à l'auteur de démontrer la grande différence de réaction identitaire que provoque l'évocation du terme « terroir » aux États-Unis. L'importance du libre choix individuel, la dévalorisation de l'hédonisme alimentaire (que Trubek attribue à l'héritage puritain) ainsi que la démocratie alimentaire et donc la valorisation primordiale sinon unique de la variable « prix » dans le processus du choix alimentaire sont les valeurs proprement américaines qui dictent une réaction identitaire moins rigide face à l'idée de la nouveauté. L'absence de traditions agricoles, la valorisation de la communauté, la

liberté de *bricolage* sont aussi au centre de la notion américaine de *taste of place* que mettent de l'avant les acteurs observés.

Son sixième chapitre pose la question délicate de la manipulation du goût du terroir. Elle critique la tendance, par le processus de labellisation, de transformation du terroir en une image de marque statique plutôt qu'en une représentation réelle de la variabilité. Prenant pour exemple la production acéricole au Vermont, l'auteur démontre le paradoxe américain d'une production variée que l'on occulte au profit d'une image générique manipulée, l'image de marque. Trubek réagit en renouvelant son affirmation : le goût du terroir existe. Au Vermont, il est particulièrement perceptible dans le goût des différentes productions de sirops d'érable. Mais cette variabilité est oubliée par les officiels qui donnent la priorité à une image léchée et uniforme de la région. Un bref retour en France fait dire à l'auteur que le processus de labellisation a le même effet sur les produits qui portent le nom de leur région d'origine. Un produit qualifié de représentatif de la région n'est en effet qu'une variante parmi d'autres, et cela contribue à une uniformisation qui est à l'opposé de la définition originale du terroir.

Cet ouvrage est utile mais il ne s'agit pour l'instant que d'un travail de pré-terrain. Aussi importants soient les jalons posés par Trubek, l'ouvrage laisse le lecteur sur sa faim, désireux d'une plus large compréhension et d'une définition plus complète de la manière dont se développe la notion de terroir aux États-Unis, qui est probablement similaire à celle qui se développe au Canada. J'aurais aimé que l'analyse des discours soit plus systématique. Trubek s'est limitée à la première étape de la méthodologie anthropologique d'observation participante. Le manque de systématisation des données et d'analyse thématique est une faiblesse qui laisse le lecteur perplexe face à une conclusion qui aurait pu servir d'introduction : « le terroir, c'est le triomphe de la diversité sur l'homogénéité » [250].

Références

Barham, E. 2003. Translating Terroir: The Global Challenge of French AOC Labeling, *Journal of Rural Studies* 9:127-38.

Bérard L., et P. Marchenay. 1995. Lieux, temps et preuves : la construction sociale des produits du terroir. *Terrain* 24:153-64.

Csergo, J. 1995. Nostalgie du terroir. Autrement. *Mille et une bouches, cuisines et identités culturelles* 154 (mars 1995): 156-62.

Fischler C., et E. Masson. 2008. *Manger : Français, Européens, Américains face à l'alimentation*. Paris: Odile Jacob.