

Une question d'identités Terroirs d'ici, mythe ou réalité?

Bernard Genest

Number 65, Spring 2001

Les pays dans le pays : savoir-faire, traditions et terroirs

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/8340ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (print)

1923-0923 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Genest, B. (2001). Une question d'identités : terroirs d'ici, mythe ou réalité? *Cap-aux-Diamants*, (65), 10–14.



Four à pain à Saint-Fabien-de-Rimouski. Photographie de l'Office provincial de publicité (4338). (Collection Yves Beauregard).

Quebec-Bread Oven, Cape a L'Aigle. Carte postale, Raphael Tuck and Sons, Great-Britain. (Archives de l'auteur).



Une question d'identités

Terroirs d'ici, mythe ou réalité?

PAR BERNARD GENEST

En faisant éclater les barrières géographiques et politiques qui protégeaient l'identité des pays, la mondialisation a contribué à l'uniformisation des cultures. Les productions locales, originales et identitaires ont bien souvent été déclassées au profit de biens de consommation produits en série par des multinationales en grande partie responsables de la déstabilisation des économies régionales. Pourtant, par un mouvement de balancier, on constate ces dernières années, au Québec comme ailleurs dans le monde, une demande pour des produits distinctifs qui se démarquent de la pro-

duction de masse que nous connaissons depuis l'après-guerre. Un nouveau discours se fait entendre. Un discours qui laisse entrevoir que la réponse aux problèmes posés par la mondialisation se trouve peut-être dans un retour à la diversification et à la mise en valeur des identités locales et régionales.

Le concept de «terroir» est au cœur de ce discours. Jamais encore, on ne s'était autant intéressé à ce qu'il signifie et représente. Des ouvrages, des articles, des émissions de télévision sont entièrement consacrés au sujet. Des spécialistes de plusieurs disciplines – géographes, historiens, linguistes, ethnologues et économistes – débattent de la

question lors de rencontres internationales. Si, en général, on s'entend sur l'origine de la notion, le sens qu'on lui donne, par contre, laisse place à la discussion. En France, où la notion a pris naissance, sa portée se limite à des domaines bien définis, tels les secteurs viticole et agroalimentaire, plus rarement artisanal. Au Québec, la tendance irait plutôt dans le sens de l'élargissement de la notion, bien qu'ici aussi, l'agroalimentaire a une longueur d'avance.

Certains vont toutefois jusqu'à prétendre qu'il n'y aurait pas de véritables terroirs ici, du moins pas encore, et que ceux-ci seraient à développer plutôt qu'à découvrir et mettre en valeur. La question n'est pas banale : elle pose le problème de la pérennité de nos traditions, de nos savoirs et de nos savoir-faire, bref de la légitimité de nos prétentions. Certes, la demande pour des produits originaux et distinctifs étant de plus en plus grande, il y a toute une gamme de nouvelles productions qui, sans racines véritables, apparaissent sur les marchés à la satisfaction des consommateurs et dont le potentiel commercial est loin d'être négligeable pour l'économie des régions rurales. Ces nouveaux produits ont évidemment leur place sur le marché, mais au-delà des préoccupations d'ordre économique, il faut aussi tenir compte de la dimension culturelle qui se rattache à la notion. Parler de «terroir» et de «produits du terroir», c'est parler de ce patrimoine qu'on dit immaté-

riel et qui est pour l'essentiel constitué de savoirs et de savoir-faire actualisés par des «porteurs de tradition».

LE MOT, SON ORIGINE ET SA PORTÉE

Sur le plan strictement étymologique le mot «terroir», issu du latin classique *territorium*, aurait d'abord eu le sens de «pays, d'espace de terre», mais dès la fin du XIII^e siècle il désigne la terre considérée du point de vue de ses aptitudes agricoles et viticoles. Le mot sera d'ailleurs longtemps associé à la production du vin, d'abord pour traduire un défaut comme dans les expressions «sentir le terroir» ou «avoir le goût du terroir». Avec le développement de l'œnologie, il sera de plus en plus employé pour désigner l'ensemble des facteurs relatifs au sol et au climat (les potentialités agropédologiques) qui contribuent à donner à un produit ses caractères particuliers. Par ailleurs, en littérature, le terroir fait référence à un mouvement qui puise aux sources de la tradition et du folklore la matière d'une œuvre. Tel le vigneron qui tire de son expérience et de sa connaissance du milieu naturel les éléments essentiels à l'élaboration d'un vin, l'écrivain du terroir trouve son inspiration dans les coutumes et les usages de la paysannerie. Le concept de terroir peut également être porteur d'un idéal patriotique et mystique. C'est ainsi, par exemple, qu'à la fin des années 1920, en créant à Saint-Jean de l'île d'Orléans son «musée du terroir», une collection



■ Séchage de la morue en Gaspésie. Photographie de l'Office provincial de publicité (73811-49). (Collection Yves Beauregard).

d'objets du patrimoine rural, le juge Camille Pouliot participait à l'idéologie du «retour à la terre» mise de l'avant par des nationalistes tels que Lionel Groulx et Adjutor Rivard.

Le mot terroir est spécifique à la langue française. Il n'aurait pas d'équivalent dans les autres langues, ce qui ne signifie pas pour autant que la France ait l'exclusivité des terroirs. Son acception moderne lui vient de la loi française sur les appellations d'origine contrôlées. Introduite en 1919 et officialisée en 1935, la Loi sur l'appellation d'origine contrôlée (AOC) s'est d'abord appliquée au seul secteur viticole. Garantie de typicité et d'origine, l'appellation «consacre un terroir, mais aussi ses usages, ses savoir-faire et son origine géographique». Citons, par exemple, la volaille de Bresse, les noix de Grenoble, ou l'huile d'olive de Nyons. Au Québec, la Loi sur les appellations réservées (1996) s'inspire de la loi française en ce qu'elle protège l'appellation de «produits agricoles et alimentaires possédant une spécificité, un mode de production particulier ou provenant d'une région de production particulière», mais elle ne fait pas allusion à la notion de terroir.

C'est aussi de l'application de la Loi sur l'appellation d'origine contrôlée, qu'est née l'expression «produit du terroir», celle-ci protégeant le produit davantage que le processus de fabrication. L'usage va se répandre lorsque, dans les années 1960, le gouvernement français étend son application, outre le secteur viticole, au secteur laitier et au secteur agroalimentaire.

Parce que l'appellation apporte une valeur ajoutée, le consommateur va accepter de payer plus cher un produit qui possède une forte identité. D'où l'intérêt pour l'industrie agroalimentaire de s'emparer de l'expression, sans pour autant toujours se soucier des exigences d'authenticité et de qualité qui doivent normalement protéger le consommateur. D'une façon générale, et en dépit de quelques abus, l'expression «produit du terroir» s'applique la plupart du temps à des produits qui possèdent véritablement une origine, une histoire, un goût particulier, et dont le mode de fabrication relève de l'artisanat et de la tradition, d'un savoir et d'un savoir-faire transmis de génération en génération.

D'abord essentiellement géographique, le terroir représente désormais davantage que la seule référence au territoire. Il serait plutôt l'expression d'une relation étroite entre l'homme et son milieu, entre deux formes de patrimoine, le naturel et le culturel. Outre son ancrage géographique, le lien au terroir se trouve dans la façon d'exploiter une ressource, d'en tirer le meilleur parti sans l'épuiser. Il suppose une connaissance approfondie du milieu et de ses potentiels, une somme de savoirs informels transmis de génération en génération, tel un capital à exploiter et à faire fructifier.

Il serait périlleux d'attribuer à qui que ce soit la paternité des premiers travaux sur le terroir québécois, mais l'un de ceux qui a manifesté très tôt un intérêt pour la question est Jean-Marie Gauvreau. Dans les années 1930, Gauvreau s'est passionné pour les productions artisanales, domestiques et industrielles, qui conservaient à ses yeux le cachet, la typicité, la couleur du milieu. Il qualifiait les auteurs de ces œuvres «d'artistes et d'artisans du terroir» (*Artisans du Québec*, 1940). D'un forgeron, d'un menuisier, d'une tisserande, d'un peintre ou d'un sculpteur, il disait que l'œuvre avait le «cachet du terroir», établissant ainsi un lien de cause à effet entre l'objet produit et le milieu de production. D'autres avant lui s'étaient intéressés aux traditions artisanales québécoises. On pourrait mentionner Édouard-Zotique Massicotte, Pierre-Georges Roy, Marius Barbeau, Esdras Minville, Gérard Morisset, mais Gauvreau est sans doute le premier à faire le lien entre le potentiel culturel des terroirs et leur portée économique. Il était en effet parfaitement conscient du rôle que les artistes et les artisans pouvaient jouer dans le développement économique de leur communauté. Son *Inventaire des ressources naturelles et industrielles*, réalisé entre 1936 et 1944 pour le compte du ministère de l'Industrie et du Commerce, avait pour but de démontrer que les ressources naturelles et humaines des régions constituaient un capital trop souvent inexploité. À ses yeux, les forgerons, menuisiers, tanneurs, sculpteurs, agriculteurs, pêcheurs et forestiers représentaient une force économique indispensable au développement économique des régions, au même titre que les richesses agricoles, forestières ou halieutiques. Malheureusement, alors que triomphaient l'industrialisation et les politiques gouvernementales centralisatrices, le plaidoyer de Gauvreau pour une mise en valeur des terroirs n'a pas été entendu. Ce n'est que maintenant, près de



Dépliant du programme *Les produits du terroir... une mesure pour développer le Québec rural*. Ministères des Régions; de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation; de la Culture et des Communications. Solidarité rurale du Québec. (Archives de l'auteur).

60 ans plus tard, que sa pensée trouve un écho.

Aujourd'hui, c'est sur cette même logique de développement régional fondé sur l'utilisation des ressources matérielles et humaines, que Solidarité rurale du Québec, un organisme-conseil auprès du gouvernement, fait reposer son action. Dans l'avant-propos à *Mémoire des terroirs* (1999), le secrétaire général, Pierre Desjardins, écrit : «Solidarité rurale propose le développement d'une économie qui prend ancrage dans le territoire. Un ancrage dans le terroir par la mise en valeur de l'ensemble des ressources que l'on y retrouve; un ancrage dans les communautés par l'utilisation des savoirs et des savoir-faire de leurs gens.» C'est aussi sur cette logique que s'appuie la mesure d'aide au développement des produits du terroir du ministère des Régions. Lancée en 1998, la mesure a pour objectif «de sauvegarder et d'assurer la pérennité des savoirs et des savoir-faire traditionnels par la mise en valeur du patrimoine rural québécois; d'encourager la diversification de l'économie agricole et rurale par la mise en valeur des ressources locales; de promouvoir l'occupation du territoire et la valorisation des terroirs locaux par le maintien et le développement de l'activité économique en région; de soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux.»

UNE DÉFINITION... PARMIS D'AUTRES

L'élaboration de cette mesure a fait se rencontrer autour d'une même table des représentants du ministère des Régions, du ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation et du ministère la Culture et des Communications et Solidarité rurale du Québec. Au cœur des discussions, il y eu la question de la définition du produit du terroir. À l'évidence, celle-ci est loin d'être fixée. Parfois limitée aux seules productions viticoles et agroalimentaires, parfois étendue à l'ensemble des productions artisanales, elle évoque cependant dans l'esprit de tous un lien très fort avec le monde rural ainsi qu'une logique de conservation et d'exploitation des ressources qui fait contrepoids à la logique de production industrielle. Comme le soulignait Marie-Anne Rainville, secrétaire aux communications à Solidarité rurale, lors d'un séminaire tenu à Jouvence en 1998 : «Si l'on peut difficilement définir les produits du terroir, il est plus aisé de définir ce qu'ils ne sont pas. La production des terroirs, c'est l'antithèse de la production industrielle parce qu'elle relève du tour de main et c'est le contraire des régions administratives fabriquées au cours

de la dernière décennie et répondant d'abord à des impératifs gouvernementaux.» Dans son analyse, Solidarité rurale établit une distinction entre le produit du terroir qui se distingue «par l'unicité de ressource et des procédés mis en œuvre» et le produit régional «issu d'une ressource rare à l'échelle du Québec» et qui n'est pas «unique à un territoire». Cette distinction entre le produit unique, particulier à un territoire, et le produit régional, rare mais présent dans l'ensemble du Québec, n'a cependant pas été retenue lors du libellé de la définition apparaissant dans la mesure du ministère des Régions. Celle-ci se lit comme suit :



Boulangerie artisanale Le Temps d'un pain. H. Gobeil, propriétaire, La Malbaie, Québec, participant à la Foire des villages, au marché Bonsecours, février 2001, Montréal. (Photographie de l'auteur).

«Un produit du terroir québécois est un produit agroalimentaire ou agroforestier. Il est issu d'un territoire spécifique, d'un savoir et d'un savoir-faire liés à son histoire. Il possède une authenticité et une identité qui le différencient de tout autre produit de même nature. Il se distingue également par son excellence et sa qualité.

Il possède un potentiel de marché et son mode de fabrication, en harmonie avec l'environnement, est de préférence artisanal.»

L'unicité, ici, concerne davantage le produit que la ressource. La nuance est importante. Les critères proposés pour déterminer ce qui appartient ou n'appartient pas au ter-

roir, seraient donc la spécificité du territoire (sans en préciser les limites), l'ancrage historique et culturel (le savoir et les savoir-faire), l'authenticité et l'identité, l'excellence et la qualité. En filigrane, s'ajoutent le mode de fabrication (de préférence artisanal) et le concept de développement durable. Ce qui est en cause, c'est l'ensemble des éléments de contexte, tant naturels que culturels, qui sont à l'origine du produit. Cette définition opérationnelle, sans être complète ni fixée – elle est très certainement appelée à s'adapter en fonction de l'évolution de la notion et des traditions qui s'implantent sur le territoire – n'en comporte pas moins les éléments clés de ce qui, normalement, devraient caractériser un produit du terroir.



Fougères et C^o, participant à la Foire des villages, au marché Bonsecours, février 2001, Montréal. (Photographie de l'auteur).

LA QUESTION DE LA PÉRENNITÉ

Si le Québec ne peut prétendre à la même pérennité que la France en matière de terroirs, on ne saurait non plus ignorer l'authenticité de pratiques étroitement liées à une collectivité, un sol et ses ressources. Certaines de ces pratiques sont d'ailleurs aussi anciennes que le pays lui-même, telle la fabrication du fameux fromage affiné de l'île d'Orléans dont le secret s'est transmis de génération en génération pendant plus de 300 ans. On pourrait citer plusieurs autres produits associés à l'histoire économique de lieux précis tels le Gaspé Cured, une morue salée et séchée, exportée depuis toujours vers l'Europe, le hareng fumé des îles de la Madeleine (Havre-aux-Maisons), l'esturgeon fumé du lac Saint-Pierre, l'agneau de présalé de l'île Verte, le cheddar Perron de Saint-Prime, l'authentique Oka produit par la Trappe d'Oka à partir de 1894, les huiles essentielles de Saint-Édouard-de-Frampton, les cuirs tannés de Saint-Roch-des-Aulnaies,

le canot de Gaspé, la chaloupe de Verchères, l'ardoise de Kingsbury, et la liste pourrait s'allonger pour former une véritable litanie. À l'évidence, les régions ne sont nullement dépourvues de produits qui rendent compte de ce que Jean-Marie Gauvreau appelait les «richesses naturelles et industrielles» du Québec, faisant en cela référence à l'ingéniosité de l'homme à tirer parti des ressources qui l'entourent.

NOMMER POUR POSSÉDER

L'éveil au terroir demeure un phénomène récent, encore peu étudié chez nous. Les travaux effectués à ce jour témoignent de l'importance et de la diversité des traditions issues du terroir. Quelqu'un a dit que l'on ne possède vraiment que ce que l'on peut nommer. La découverte des terroirs québécois passe par la connaissance. Il est étonnant de constater que certaines de nos productions les plus remarquables sont parfois mieux connues à l'étranger qu'elles ne le sont ici. Qui, par exemple, peut se vanter de connaître et d'apprécier le fameux caviar de corégones de Saint-Bruno-de-Guigès? En définitive, la question n'est pas tellement de savoir si oui ou non il existe des terroirs québécois, mais plutôt de se demander si l'appropriation et l'affirmation de nos identités culturelles locales et régionales constituent véritablement un enjeu pour l'avenir. ♥

Pour en savoir plus :

Bernard Badinet et Pascal Corpart. *Guide des produits du terroir*. Paris, Seuil, 1997.

Dominique Barjolle, Stéphane Boisseaux et Martine Dufour. *Le lien au terroir, Bilan des travaux de recherche et lexique des concepts clés*. École polytechnique fédérale de Zurich, 1998.

Charles de Blois Martin (sous la direction de Marie-Anne Rainville). *Mémoire des terroirs*. Solidarité rurale du Québec, s.l., s.d.

Jacques Dorion. *Saveurs des campagnes du Québec : la route des délices du terroir*. Montréal, Les Éditions de l'Homme, 1997.



Bernard Genest est ethnologue au ministère de la Culture et des Communications.