

**Master Sciences Sociales
Parcours « Gastronomies, Vins, Cultures et Sociétés »**

Mémoire de 1^{ère} année

Présenté par :

Jean-Guy BOUTET

**Les politiques publiques de valorisation du
patrimoine culturel immatériel alimentaire :
Le label des « Sites Remarquables du Goût »**

**Les politiques publiques de valorisation du
patrimoine culturel immatériel alimentaire :**

**Le label des
« Sites Remarquables du Goût »**

« L'ISTHIA de l'Université de Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à son auteur. »

AVANT-PROPOS ET REMERCIEMENTS

Mes premiers remerciements s'adressent à Éric ROUVELLAC, c'est un directeur de mémoire disponible, critique et précieux. Je le remercie pour sa confiance et sa générosité.

J'adresse des remerciements, à Laurent AUSSET & Amandine ROCHEDY pour leur soutien tout au long de l'année, leur accompagnement, leurs nécessaires conseils.

Un grand merci aussi à Marie-Ange FLORENTIN pour sa présence, son appui et son écoute.

L'écriture d'un mémoire n'est jamais chose simple. Les semaines restantes avant la date critique se resserrent et les heures se raccourcissent. J'ai heureusement, toujours pu compter sur le soutien d'ami.e.s qui me sont chère.e.s.

Je remercie Léa & Gabriel pour leur lutte effrénée contre ma solitude cadurcienne, pour leur bienveillance et leur discernement.

Je pense aussi à nos longues soirées de riches discussions à Toulouse avec vous Justine & Emilia.

Je pense à tous nos moments de vie, de partage et d'amitié avec toi Kilian, qui ont directement ou indirectement nourris ce travail.

Et malgré tout ce que j'ai pu dire et penser de toi, merci Cahors !

SOMMAIRE

Avant-propos et remerciements	5
Introduction générale	7
Partie 1 : Sites Remarquables du Goût : contexte, historicisation, émergence,	9
Chapitre 1 : Des notions de patrimoines.....	10
Chapitre 2 : Intérêts institutionnel et organisationnel pour une gastronomie... 19	
Chapitre 3 : Structures et fonctionnements	32
Conclusion	42
Partie 2 : Sites Remarquables du Goût : ambivalences, écueils	44
Problématisation	45
Hypothèse 1 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme instigateur touristique.....	46
Hypothèse 2 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme créateur d'aspects symboliques.....	49
Hypothèse 3 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme récompense institutionnelle	52
Partie 3 : Sites Remarquables du Goût : approches probatoires	55
1. Terrain d'application	56
2. Méthodologies probatoires.....	59
Conclusion générale	65
Bibliographie	66
Index	69
Annexes	71

INTRODUCTION GENERALE

QUOI DE PLUS PERTINENT que de se délecter d'une spécialité régionale lors de voyages en dehors de nos habitudes ? La France en est riche, de la Bretagne à l'Alsace en passant par l'Occitanie et les Hauts-de-France les gastronomes les plus assidus s'en régaler. Ces spécialités régionales prennent en effet une part importante de la gastronomie nationale et se trouvent au centre de notre étude. Elles sont gorgées de savoir-faire, de traditions et de patrimoines.

Bien qu'elle puisse paraître parfois ternie, la notion de patrimoine est à l'intersection d'enjeux contemporains ; tant historiques que sociologiques, et elle balaye les préjugés à son égard. Ici, l'étude du patrimoine est primordiale et implique de nombreuses réflexions. En effet, le concept de patrimoine induit une arborescence complexe.

Les spécialités régionales se trouvent au cœur du patrimoine culturel immatériel alimentaire et de ce fait représentent d'importants enjeux politiques. L'action publique territoriale et étatique éprouve des intérêts grandissants à son égard. L'une des politiques publiques émergentes en matière de patrimoine alimentaire s'avère être la labélisation. Dans les supermarchés, en matière d'alimentation, les logotypes fleurissent sur le devant des emballages et les attributs qu'ils défendent se corrént et se brouillent. Les instigateurs de ces politiques se multiplient et les institutions étatiques et paraétatiques dépositaires de délégations en ce qui a trait à l'alimentation aussi. C'est dans ce cadre que s'inscrit l'objet d'étude du label des Sites Remarquables du Goût. Il est important de préciser que le label est sous l'égide des ministères chargés de l'Agriculture, de la Culture, du Tourisme et de l'environnement. Alors, sa dimension interministérielle interroge ; son rôle, ses buts et ses fonctions aussi.

Ainsi, en prenant le contexte évolutif des politiques publiques alimentaires et leurs intérêts grandissants en matière de patrimoine nous pouvons poser

la réflexion suivante : **comment et dans quelles mesures le label des Sites Remarquables du Goût s'inscrit-il dans le paysage français des politiques publiques de valorisation du patrimoine culturel immatériel alimentaire ?**

Afin de répondre à l'interrogation susmentionnée, une première partie concernant la contextualisation, l'historicisation et l'émergence du label des Sites Remarquables du Goût sera présentée. Une deuxième partie évoquera l'ambivalence de ce label et proposera une problématisation ainsi que l'établissement de trois hypothèses. Pour terminer, une troisième partie indiquera les différentes méthodologies probatoires applicables pour les affirmer ou les infirmer.

**PARTIE 1 : SITES REMARQUABLES DU GOUT :
CONTEXTE, HISTORICISATION, EMERGENCE,**

Chapitre 1 : Des notions de patrimoines

LA NOTION DE PATRIMOINE est complexe, mouvante et évolutive. Son intérêt dans notre étude est primordial. En effet, il est important d'en saisir les contours pour comprendre son évolution. Au fil des décennies, les enjeux politiques, économiques et sociaux tournant autour du patrimoine n'ont cessé de se compliquer. Ici, nous allons en voir une partie, tentant d'inscrire les notions de patrimoine, celles des patrimoines culturels immatériels et alimentaires, mais aussi celles de la patrimonialisation sous ses différentes formes.

1.1. Patrimoine et patrimonialisation

De l'intérêt d'un premier patrimoine bâti aux cheminements de la patrimonialisation et des outils de valorisation déployés par des instances officiants à différentes échelles, nous verrons les définitions, les évolutions et les mises en place de ces concepts.

1.1.1. De l'intérêt pour un patrimoine bâti et mobilier

Les prémices d'un intérêt certain des pouvoirs publics pour le patrimoine voient le jour au lendemain de la Révolution française. L'État y consacre en effet une importance particulière et se légitime en évoquant l'art et l'histoire. Le Conseil Général des Bâtiments Civils est créé en 1795 et assure le contrôle des travaux des bâtiments publics. Les enjeux culturels et politiques derrière ce conseil sont nombreux. En effet, il y est question de la notion de « monument » et elle bouscule. Étymologiquement originaire

du latin *moneo*, signifiant se remémorer, les monuments représentent d'importants souvenirs de l'Histoire de France et concernent aussi bien les bâtiments que les sculptures, les tableaux et l'ensemble des objets qui les meublent. Sont alors désignés comme monuments « tout ce qui fait et doit faire mémoire »¹.

Peu de temps après, la notion de conservation de ces monuments publics émerge. La conservation est définie par le fait de « maintenir intact ou dans le même état »². C'est dans le but de conserver ces monuments qu'en 1830 Ludovic VITET est nommé inspecteur général des monuments historiques. Dans un rapport de 1831 qu'il adresse à M. le Président du Conseil, VITET indique les missions qui lui sont conférées :

« Constater l'existence et faire la description de tous les édifices du royaume qui, soit par leur date, soit par le caractère de leur architecture, soit par les événements dont ils furent témoins, méritent l'attention de l'archéologue, de l'artiste ou de l'historien, tel est le premier but des fonctions qui me sont confiées ; en second lieu, je dois veiller à la conservation de ces édifices, en indiquant au gouvernement et aux autorités locales les moyens soit de prévenir, soit d'arrêter leur dégradation. »
(Vitet, 1847)

Après cet état des lieux, la France crée en 1837 la Commission des Monuments Historiques. Et, en 1840, une première liste de 1090 « monuments historiques » est publiée. C'est la première fois que l'État

¹ Voir site internet du ministère de la culture, rubrique « monuments historiques et sites patrimoniaux », consulté le 21/03/24.

<https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Monuments-Sites/Monuments-historiques-sites-patrimoniaux/Un-peu-d-histoire>

² Voir dictionnaire Le Robert

officialise à travers ses institutions la notion de patrimoine. De concert avec le besoin, il officialise aussi la nécessité de les entretenir et de les protéger. Dès 1841, d'autres listes ont été publiées par cette même commission. Il est important de noter que, pour la première fois, une nouvelle liste datée de 1862 comporte des biens privés. Les outils juridiques se sont également déployés vers la fin du XIX^{ème} siècle et la première loi officialisant la conservation et la protection des biens mobiliers et immobiliers présentant un intérêt historique ou artistique date de 1887.

1.1.2. Aux processus de patrimonialisation

Ainsi, la patrimonialisation représente ce cheminement durant lequel un bâtiment, un monument, un espace naturel, une coutume, un produit, sa production et sa consommation, la pratique d'une langue en voie d'oubli, ou toute autre pratique culturelle, d'une danse, d'un rituel ou d'une fête de village par exemple, devient l'objet et le cœur d'un patrimoine. Elle représente le moment où celui-ci change de nature, où celui-ci chemine « de la sphère privée à la sphère publique » (Bessière in Poulain, 2018), ce moment où les regards des institutions politico-juridiques se braquent sur l'élément patrimonial et où ces mêmes institutions se mettent à régler, à contrôler et à définir les attendus de l'objet patrimonialisé. La patrimonialisation est un processus mouvant et ses formes sont nombreuses. D'abord issue des politiques publiques nationales et de l'État central puissant (Ambroise-Rendu et Olivesi, 2017), la patrimonialisation représentait déjà un enjeu important de valorisation. Puis, ces mêmes processus se sont vus se localiser (*Ibid.*). En effet, ils se retrouvent dans davantage d'initiatives locales, et leurs raisons se compliquent. Enjeux touristiques d'abord, où les plus-values et les retombées économiques d'éléments patrimoniaux ne sont pas négligeables pour les collectivités. « *Synonyme de lien social* » (Dominique Poulot 2006) ensuite, les

patrimoines reflètent de véritables enjeux de développement locaux, mais aussi identitaires. Il est important de signaler que les processus de patrimonialisation qui les accompagnent comportent et colportent ces mêmes enjeux.

1.1.3. Patrimonialisation comme enjeu de valorisation

La patrimonialisation et ses processus sont dès lors des éléments importants et nécessaires de la valorisation d'un patrimoine et *vice versa*. Un patrimoine ne serait sans ce qui l'accompagne. Un patrimoine ne serait sans la médiation, la médiatisation et la valorisation qui le suivent.

La valorisation est un autre processus important de notre étude. En effet, nous la définirons comme les actions permettant à quelque chose, ici l'élément patrimonial, de prendre de la valeur, économique ou symbolique auprès d'un individu ou d'un public. C'est ainsi que les processus de patrimonialisation sont indissociables d'une idée de valorisation d'un patrimoine. Pour le développement territorial d'un espace ou d'une collectivité, le tourisme en est un aspect. Les processus de valorisation, dès lors, se multiplient et actionnent avec eux des leviers de développement (Bessière, Clarimont et Vlès, 2016) importants.

Les actions permettant la valorisation sont nombreuses et peuvent prendre des chemins et des cibles différentes. Les raisons d'une valorisation d'un patrimoine sont elles aussi multiples, cependant, la valorisation permet un gain ou un regain d'intérêt et peut prétendre à permettre la sauvegarde d'un patrimoine sur le point de disparaître (Marcotte et Bourdeau, 2010). En effet, l'essor d'un tourisme en quête de patrimoine est la réponse d'une patrimonialisation conquérante.

Les échelles d'action ne sont pas systématiquement les mêmes et les actions de valorisation peuvent agir et agissent à une échelle locale,

nationale, voire internationale. Dès les collectivités territoriales, de l'État et jusqu'à l'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO), les actions de valorisations patrimoniales s'édictent.

1.2. Patrimoine culturel immatériel puis alimentaire

Le patrimoine culturel immatériel ne présente pas les mêmes caractéristiques que le patrimoine bâti. Cependant les concepts de patrimonialisation et de valorisation qui les accompagnent sont quasi-identiques, et répondent aux mêmes enjeux. Nous nous concentrerons ici sur les définitions de ce dit patrimoine culturel immatériel, sur son évolution puis sur l'intégration de méthodes de production alimentaire, de consommation et pratiques alimentaires. Afin de se concentrer sur l'objet d'étude, nous n'aborderons ces éléments que du point de vue administratif et public.

1.2.1. Patrimoine culturel immatériel et ses débuts

Le patrimoine culturel immatériel regroupe cinq thématiques, parmi lesquelles se trouvent « les traditions et expressions orales », « les arts du spectacle », « les pratiques sociales, rituels et événements festifs », « les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers » et « les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel »³. De plus, pour être un patrimoine culturel immatériel reconnu par les institutions, l'élément patrimonialisé doit comporter plusieurs critères. Il doit être reconnu par une communauté comme patrimoine, il doit être transmis de génération en

³ Voir site de l'UNESCO, rubrique « Domaines du patrimoine immatériel selon la convention de 2003 », consulté le 08/02/2024. <https://ich.unesco.org/fr/domaines-du-patrimoine-immateriel-00052>

génération, il doit être en permanence recréé par les communautés auxquels il appartient, mais doit aussi leur procurer un sentiment d'identité et d'appartenance, et, l'objet patrimonialisé ne peut être en contradiction avec les normes, conventions et instruments internationaux relatifs à la protection des droits de l'Homme⁴.

Après les jalons d'une définition posés, il est important de comprendre l'institutionnalisation de ce dit patrimoine culturel immatériel. Les premiers outils et cadres juridiques sont votés et inscrits dans la loi du 2 mai 1930, à l'initiative du Touring Club de France. Ce dernier, disparu depuis, avait pour but premier d'agir en instigateur touristique. La, désormais, protection des espaces culturels de légende non bâtis ouvre la porte à une nouvelle réflexion les concernant. L'accueil de l'immatériel au sein de la famille du patrimoine bouscule mais ne cesse d'évoluer. En France, c'est en 1980 que le Ministère de la Culture a créé et lancé une Mission du patrimoine ethnologique⁵, qui a réalisé des états des lieux du patrimoine culturel immatériel en France.

D'un point de vue international, l'UNESCO est créée en 1945 au sortir des Grandes Guerres, dans le but de protéger par et pour la paix les patrimoines de l'Humanité. C'est un organisme des Nations Unies. Elle joue un grand rôle dans l'émancipation du patrimoine culturel immatériel et dans sa protection. C'est en 2003 que l'UNESCO a opté pour une convention relative à la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. La France a ratifié cette convention en 2006. Aujourd'hui, et à titre d'exemple, nous comptons sur le territoire français plus de 500 pratiques répertoriées.

⁴ Cf cours de POULAIN Jean-Pierre « Patrimonialisation et gastronomisation »

⁵ Voir le site du Ministère de la Culture, rubrique « Qu'est-ce que l'ethnologie de la France et du patrimoine ? ». Consulté le 13/02/2024. <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Ethnologie-de-la-France/Qu-est-ce-que-l-ethnologie-de-la-France-et-du-patrimoine>

1.2.2. Patrimonialisation des lieux et des moments

Ainsi, pour comprendre l'ensemble des démarches dans lesquelles s'inscrivent les Sites Remarquables du Goût, il est important d'entreprendre l'étude de la patrimonialisation des lieux et des moments s'ancrant pleinement dans le patrimoine culturel immatériel. D'abord d'utilité primordiale pour les approvisionnements domestiques les fêtes, les foires et les marchés sont tombés dans la désuétude, prenant pour cause l'arrivée d'une nouvelle forme de commerce et d'approvisionnement dans les années 1960 : les supermarchés et les hypermarchés (Allain et Chambolle, 2003). Ces fêtes, foires et marchés connaissent alors aujourd'hui, et depuis quelques années, un intérêt particulier de la part des consommateurs, des producteurs et des institutions publiques locales qui y voient un fort potentiel de développement touristique et économique. Il y a deux facteurs explicatifs à cela, le premier s'intègre dans une dimension de demande directe avec le producteur, le second s'apparente à une « quête du local et du rural ». (Bétry, 2003)

Il est nécessaire d'indiquer que ces moments, ces fêtes, ces foires et ces marchés sont en plein essor et connaissent de nombreux processus de patrimonialisation. Ils comprennent des dimensions complexes, et nous ne devons pas inscrire leurs cheminements dans un processus linéaire et succinct. Dans un premier temps, les fêtes, les foires et les marchés sont victimes d'un processus de folklorisation. Ce dernier peut être défini comme la sélection, volontaire, « des particularités culturelles considérées comme les plus authentiques »⁶. Ainsi, la folklorisation peut devenir un écueil de la patrimonialisation (Ambroise-Rendu et Olivesi, 2017). Les enjeux sont complexes et le juste milieu entre le tout patrimoine ou le tout folklore est difficile dans le sens où l'objet patrimonialisé tient bien souvent à cause de

⁶ Voir GéoConfluences, rubrique « Folklore, Folklorisation », consulté le 09/03/2024. <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/folklore-folklorisation>

son « exotisme » (*Ibid.*). De plus, la popularité actuelle de ces moments devenus patrimoines tient, en parti, à ce qu'on nomme « le mythe de la campagne ». Celui-ci tient sur les idées reçues qu'un citadin peut tenir au regard de la vie à la campagne. Elle y est vue idéalisée, sans contrainte, où la vie est paisible, les produits sains et l'air respirable. Ce mythe contient et partage encore une certaine idée de l'approvisionnement au sein de fêtes, foires et marchés et participe à leur folklorisation.

1.2.3. Alimentation comme patrimoine

Les pratiques alimentaires se retrouvent, elles aussi concernées par ces processus et cheminements de patrimonialisation. La gastronomie n'est vue institutionnellement comme un patrimoine que tardivement. Les Missions du patrimoine (1980) sont les premières à faire apparaître auprès des institutions la notion de patrimoine gastronomique. La tâche est complexe, en effet, Julia CSERGO (2019), nous indique une difficile acceptation par la communauté institutionnelle du patrimoine de l'alimentation relevant de la « banalité du quotidien » (*Ibid.*). Cependant, quelques années plus tard, en 1984, le Conseil National des Arts Culinaires (CNAC) est créé par l'initiative du Ministère de la Culture et de Jack LANG. Le CNAC a réalisé en 1990 un « inventaire du patrimoine culinaire de la France », bien qu'il soit remis en cause, cet inventaire pose les jalons d'un patrimoine mouvant.

D'un point de vue international, c'est l'UNESCO qui officialise l'alimentation et les pratiques alimentaires comme patrimoine culturel immatériel en 2010 avec l'inscription du « Repas Gastronomique des Français » sur sa liste. C'est un message fort envoyé au monde entier, puisque de nombreuses autres pratiques alimentaires intégreront cette liste. A titre d'exemple, « la diète méditerranéenne » présente et portée par 7 nations y rentre en 2013

et « les savoir-faire artisanaux et la culture de la baguette de pain » en France en 2022.

Les pratiques alimentaires deviennent aussi, dans les années 1970, un objet d'étude universitaire, puis une discipline : la sociologie de l'alimentation. Les notions de patrimoines alimentaires y sont développées et aident largement à la reconnaissance de ce dernier.

Chapitre 2 : Intérêts institutionnel et organisationnel pour une gastronomie

Les politiques publiques mises en place et liées à l'émergence d'un tourisme gastronomique sont donc en grande partie le résultat d'une patrimonialisation alimentaire. Les notoriétés gastronomiques des territoires sont nées de longs processus, coconstruits entre les acteurs publics et privés d'un même territoire. Ainsi, des intérêts nouveaux ont émergé, prenant en cible le développement territorial. Il est important de préciser que la gastronomie se définit par « l'alimentation appréhendée par son aspect culturel » (Naulin, 2020). Nous verrons ici l'intérêt des collectivités territoriales pour la valorisation de ce patrimoine nouveau, puis les gouvernances mises en place à l'échelle nationale en ce qui concerne les politiques agricoles et alimentaires. Nous nous concentrerons finalement sur les Sites Remarquables du Goût et leur articulation avec les points développés.

2.1. Émergence d'une préoccupation institutionnelle pour la valorisation d'une gastronomie

La cuisine régionale est née de la disponibilité (Rambourg, 2013), à terre riche, cuisine riche, et *vice versa*, c'est du moins de ce paradigme que nous partirons. L'intérêt ici est de comprendre les motivations d'une patrimonialisation, d'une valorisation, d'un regain d'intérêt pour ces cuisines locales, autant de la part des acteurs publics, chacun à leurs échelles, que des acteurs privés.

2.1.1. Intérêt des collectivités territoriales pour la gastronomie

Le tourisme gastronomique est né avec le tourisme ; c'est au XIX^{ème} siècle que ceux-ci prennent leurs essors (Csergo et Lemasson, 2008). La Révolution industrielle, la hausse du niveau de vie, l'arrivée et le développement du chemin de fer sont des éléments nécessaires à prendre en compte dans l'explication de son développement. Cependant, c'est récemment que le tourisme dit gourmand prend un nouveau souffle et devient un enjeu important de développement pour les territoires.

Dans la recherche d'un développement économique toujours plus effréné, les territoires, portés par leurs institutions sont rentrés dans une ère de compétitivité (Chabault, 2016). La gastronomie et la création de réseaux locaux entre producteurs, restaurateurs et institutions sont un exemple d'actions clairement mises en place dans le but d'accroître cette compétitivité. L'enjeu est alors de développer une « image de marque [territoriale], intimement liée à la référence culinaire » (Raffard, 2021). Une nouvelle tendance à émerger, c'est celle du marketing territorial (Le Bart 2020), où les institutions locales mettent en avant l'idée d'une certaine gastronomie, relative au cadre de vie idéal pour des vacances ou pour une installation pérenne. D'un point de vue local, de nouvelles formes organisationnelles se mettent en place, nous étudierons ici les *clusters*. Il s'agit « d'un réseau d'entreprises et d'institutions proches géographiquement et interdépendantes, liées par des métiers, des technologies et des savoir-faire communs » (Chabault, 2016). C'est cette organisation, formelle, qui induit une agglomération des professionnels d'un même secteur au sein d'institutions. Les secteurs agricoles et hôteliers s'y retrouvent avec leur fort ancrage territorial. Les démarches de développement territorial menées par les institutions locales se traduisent aussi par des processus de *clusterisation* des filières locales (*Ibid.*).

D'un point de vue d'attractivité touristique, en 1889, un syndicat d'initiative est créé sous l'impulsion du Touring Club de France. C'est le premier organisme à tenir un rôle dans le développement touristique d'un territoire. L'appellation *Office de Tourisme* n'arrive qu'en 1905⁷. Ces structures connaissent une rapide prolifération dans toute la France et sont reconnues d'utilité publique par l'État en 1921. Les offices de tourisme jouent aujourd'hui un rôle important dans l'offre touristique et sont une « vitrine touristique régionale » (Maes, 2020). Ils sont rattachés à un territoire, et dépendent de celui-ci. Bon nombre d'initiatives de développement locales se retrouvent aujourd'hui publicisés par les Offices de tourisme.

2.1.2. Gastronomie comme « objet politique non identifié »

D'un point de vue national, la gastronomie est un élément complexe. Ses frontières sont mouvantes, floues, ses appellations changent d'un territoire à un autre, ses appropriations nombreuses. La gastronomie est un « objet politique non identifié » (Coulon, 1998), mais la gastronomie agit en France aussi comme une « valeur totem » (Martigny, 2010), comme quelque chose d'intangible, de non bafouable. La cuisine française, c'est aussi des « frontières mouvantes et contestées », et « s'appuie sur l'idée d'une cuisine nationale qui n'existe elle-même que par l'agglomération des cuisines régionales » (*Ibid.*). C'est dans ce contexte, décrit par ces citations, que la gastronomie, ses politiques publiques et ses législations évoluent. Les années 1990 sont marquées par un intérêt nouveau de l'État français pour la gastronomie. C'est avec la création du Conseil National des Arts Culinaires (CNAC), que le Ministère de la Culture montre une première préoccupation (Naulin, 2020). Celle-ci est d'abord destinée aux français

⁷ Voir article de Evelyne LEHALLE, dans « Nouveau tourisme culturel, définitions et stratégies », consulté le 08/04/2024. <https://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/>

directement. Le contexte international évolutif et incertain, nécessite un État avec un rayonnement mondial fort. C'est le début d'une nouvelle ère géopolitique. La puissance symbolique d'un État se trouve conceptualisée dans le *Soft Power* de Joseph Nye (1990). La gastronomie devient alors un enjeu fort de représentation internationale, et le concept de « gastrodiplomatie » voit le jour (Rockower, 2012). Derrière s'installe l'idée d'une cuisine nationale, puissante et appréciée de tous. Celle-ci se doit d'être rayonnante autant au travers des frontières départementales et régionales que nationales.

2.2. Vers une nouvelle gouvernance institutionnelle

Ainsi, des nouvelles méthodes de gouvernance et des nouvelles politiques publiques voient le jour. L'État central met au point des instances, des réglementations et des normes pour contrôler davantage un enjeu désormais important.

2.2.1. Politiques publiques agricoles

Derrière les politiques publiques dites agricoles, se cachent des enjeux. Il est important, dans un premier temps de les définir. Les politiques publiques agricoles représentent des enjeux de distributions des matières premières, de mises sur le marché d'aliments, d'indépendance alimentaire, c'est-à-dire, la recherche de l'équilibre entre consommateur et unité produite sur le territoire afin de ne plus nécessiter de l'importation de produits agricoles. Les politiques agricoles visent ainsi la « modification directe des conditions de fonctionnements du marché concurrentiel »

agricole (Fouilleux, 2008). Les politiques publiques agricoles ont aussi pour but d'agir en faveur d'une agriculture durable.

Les politiques agricoles sont au cœur des préoccupations gouvernementales, et la « reconquête de notre souveraineté alimentaire »⁸, est une des politiques prioritaires du gouvernement français depuis mars 2023. Elles représentent des enjeux cruciaux de relocalisation ou de délocalisation des productions alimentaires, de développement territorial et de rémunération des producteurs. Elles résultent bien souvent de choix politiques et sont sujettes à l'alternance quinquénaire.

Les politiques publiques agricoles sont aujourd'hui, en partie, européanisées. En effet, la politique agricole commune (PAC) est effective depuis 1962 et connaît régulièrement des réformes structurelles. Elle se base cependant sur des piliers fondamentaux : « une aide au revenu et des mesures de marché » visant un contrôle accru des prix, et le « développement rural »⁹, cherchant la modernisation agricole. La PAC est une politique commune aux 27 États membres de l'Union Européenne (UE). L'UE joue un rôle crucial dans les politiques publiques alimentaires en réglementant l'utilisation d'intrant.

2.2.2. Politiques publiques alimentaires

C'est un autre pan de l'action publique étudié, ces politiques publiques alimentaires correspondent quant à elles, à la réglementation et à l'accompagnement de ce qui concerne « la transformation, la consommation et la qualité des produits alimentaires » (*Ibid.*). Les

⁸ Voir site du Gouvernement, rubrique « Politiques Prioritaires », consulté le 24/03/2024. <https://www.info.gouv.fr/politiques-prioritaires/planifier-et-acceler-la-transition-ecologique/reconquerir-notre-souverainete-alimentaire>

⁹ Voir site de la Commission Européenne, rubrique « Politique agricole commune », consulté le 25/03/24. https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development_fr

politiques publiques alimentaires renvoient à deux principes clés, la réglementation des dispositions commerciales et la qualité sanitaire des produits sur un marché (Stanziani, 2005). En constante évolution depuis le XIV^{ème} siècle, où elles apparaissent, les politiques publiques alimentaires sont à l'origine de bons nombres de normes communes aujourd'hui. A titre d'exemple, au XIX^{ème} siècle, la France voit apparaître des abattoirs, où la nécessité d'un contrôle sanitaire accrue sur les viandes de consommation se fait ressentir (Muller, 2004).

Une importante part des politiques publiques alimentaires prennent source dans les préoccupations de santé publique. La création de logotypes, de slogans ou de maximes dépositaires de la raison en sont les réponses. À titre d'exemple, il y a la mise en place du Nutri-Score en 2017. Cette étiquette sur l'emballage échelonne de A à E la valeur nutritionnelle d'un produit, et permet, ainsi, aux consommateurs de mieux choisir leur alimentation. Le Nutri-Score est à l'initiative du gouvernement et rentre dans le cadre des politiques publiques alimentaires.

Les politiques publiques alimentaires s'axent aussi autour de questions sociales et économiques. La distribution de l'alimentation est un enjeu contemporain qu'elles prennent en compte, dans un contexte d'inégalités grandissant. Cependant, elles vivent aujourd'hui un renouveau (Hourcade et McClintock, 2023), et s'ancrent dans des demandes d'alimentation saine, locale et durable de la part des consommateurs. C'est à travers celles-ci que des modifications profondes des systèmes agricoles sont en cours. Bien que marginaux, des dispositifs d'agriculture urbaines sont en train d'apparaître dans les métropoles françaises. Sur les toits parisiens¹⁰, ou sur les terres communales de la ville de Limoges¹¹, les villes et les

¹⁰ Voir site internet de la mairie du XV^{ème} arrondissement de Paris, consulté le 11/04/2024. <https://mairie15.paris.fr/pages/la-plus-grande-ferme-en-toiture-au-monde-porte-de-versailles-13535>

¹¹ Voir article de France 3 régions Nouvelle Aquitaine, paru le 06/12/2023, <https://france3-regions.francetvinfo.fr/nouvelle-aquitaine/haute-vienne/limoges/au-prix-que-ca-coute-maintenant-la-distribution-gratuite-de-pommes-de-terre-est-bienvenue-a-limoges-2885318.html>

agglomérations se réinventent et mettent en place de nouvelles offres d'alimentation locale.

L'ère est aussi à la consommation de produits issus de l'agriculture *Biologique*. Elle est définie par GéoConfluences comme une « agriculture pratiquée sans intrants d'origine chimique ou industrielle, sans organismes génétiquement modifiés »¹². L'agriculture *Biologique* représente aujourd'hui une part de 14%¹³ des exploitations agricoles et de 10,7%¹⁴ de la surface agricole utilisée en France. Les politiques publiques alimentaires réglementent leur mise sur le marché puisque, ces produits issus de l'agriculture *Biologique* doivent aussi être reconnus et « certifiés par un organisme gouvernemental ou indépendant »¹⁵. Le label *AB* (pour agriculture biologique) est ainsi créé en 1985.

Les politiques publiques alimentaires se consacrent aussi à la création, la réglementation et le contrôle de signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO). Pour ce faire, en 1935 est créé l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO), sous la tutelle du Ministère de l'Agriculture, c'est cet organisme qui assure ces missions. Les politiques publiques connaissent une nouvelle forme et s'axent davantage autour d'une tendance à la labélisation.

2.2.3. Gouvernance par les labels

L'État bénéficie de nombreux instruments pour « réguler, directement ou indirectement, les conduites individuelles et collectives » (Bergeron, Castel

¹² Voir le site GéoConfluences, rubrique « agriculture biologique », consulté le 06/04/2024. <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/agriculture-biologique>

¹³ Voir le site de l'Agence Bio, rubrique « découvrir le bio », consulté le 06/04/2024. <https://www.agencebio.org/decouvrir-le-bio/le-bio-en-quelques-chiffres/>

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Voir le site GéoConfluences, rubrique « agriculture biologique », consulté le 06/04/2024. <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/agriculture-biologique>

et Dubuisson-Quellier, 2014). Parmi ces instruments, il existe le label. Il peut être défini de multiples manières, et aucune de ses définitions n'est consensuelle, cependant la définition que nous retiendrons est la suivante : « un label est un signe distinctif permettant de promouvoir la qualité d'un produit, d'un lieu, d'un territoire ou d'un service » (Viard, 2017). Ainsi de nombreux labels ont vu le jour sous la tutelle ou la direction de l'État et de ses services. La labélisation, et la gouvernance par les labels, est donc un levier d'action de l'État pour amorcer les politiques alimentaires dont il est à l'origine. Il est ici possible de signaler qu'il s'agit même d'une nouvelle tendance de gouvernance (Bergeron, Castel et Dubuisson-Quellier, 2014). Les labels pullulent ces dernières années. Pour cause, les secteurs ralliés, les causes défendues et les acteurs touchés par la labélisation se multiplient. De l'entreprise privée, dans les secteurs du tourisme à l'agroalimentaire, des communautés de communes aux agglomérations de métropoles, et de la lutte contre les maladies chroniques à la récompense d'un engagement jugé écoresponsable, tous sont aujourd'hui assujettis aux labels.

Il est important de distinguer les labels touristiques des labels de qualité, ils ont pour but d'amorcer un intérêt pour un lieu, un patrimoine bâti ou un complexe d'hébergement, afin de renforcer la demande touristique. C'est le cas de la marque d'État *Qualité Tourisme*. En effet, elle se trouve dans une démarche similaire à celle des labels, nous pouvons aussi nommer le label *Ville et pays d'Arts et d'Histoire*, il confère à un territoire une dimension patrimoniale importante, et agit en instigateur touristique.

Afin de nous concentrer sur notre objet d'étude, nous développerons ici les labels alimentaires, utilisés comme signe distinctif de qualité sur un produit. Les labels dit « officiel », garanti par l'INAO et donc par l'État sont au nombre de cinq. Précisons que l'INAO assure aussi le contrôle du respect du cahier des charges relatif à l'obtention et à la conservation d'un label.

Les appellations d’origines protégées et contrôlées (AOP/AOC)¹⁶, d’abord. Elles reconnaissent un savoir-faire des artisans indissociables du territoire de production, toutes les étapes de production sont donc garanties au sein de ce territoire, de cette appellation. Il est important de préciser que le label AOP est reconnu par l’Union Européenne. Les AOC répondent aux mêmes caractéristiques, simplement, elles concernent seulement le territoire français. Dans ces protections, les notions de territoires et de caractéristiques socio-culturelles vont de pairs et ne peuvent être appréhender individuellement. En France, 101 productions alimentaires sont labélisées AOP. Ensuite, les Indications Géographiques Protégées (IGP), reconnues également par l’Union Européenne, « identifie un produit, brut ou transformé, dont la qualité, la réputation ou d’autres caractéristiques sont liées à son origine géographique »¹⁷, les productions alimentaires protégées par une IGP sont aujourd’hui au nombre de 146. Le Label Rouge (LR) est également dispensé par l’INAO. Il désigne un produit de qualité supérieur, tant lors de la production que de la distribution, comparé à des produits similaires sur le marché¹⁸. L’INAO propose des labels concernant les Spécialités Traditionnelles Garanties (STG)¹⁹, la France en compte deux. Enfin, le label AB dont nous avons parlé précédemment est lui aussi sous le contrôle de l’INAO. En ce qui concerne les législations européennes, l’institut se base sur les juridictions émises de l’Union Européenne.



Figure 1 : Logotypes des labels dispensés par l’INAO

¹⁶ Voir site de l’INAO, rubrique « Les signes officiels de qualité », consulté le 20/01/2024. <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Indication-geographique-protgee>

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

2.3. Sites Remarquables du Goût comme label

Ainsi, et à l'instar des signes de qualité dispensés par l'INAO, les Sites Remarquables du Goût, bien qu'à l'origine d'acteurs différents, agissent comme un signe distinctif sur un produit et son territoire. C'est en ce sens que nous les qualifions de label.

2.3.1. Rôle et but premier des Sites Remarquables du Goût

Les Sites Remarquables du Goût sont créés en 1994, par l'entente d'une multitude d'acteurs, ce qui en complique l'étude. Nés dans la période où la gastronomie prend un intérêt politique, et où le tourisme gastronomique se développe, le Conseil National des Arts Culinaires se lance dans la labélisation de 100 sites remarquables. Ils ont des caractéristiques communes et nécessaires à la labélisation ; le produit doit connaître une certaine notoriété, il doit être emblématique de son territoire et doit porter une histoire²⁰. Le territoire labélisé se doit d'être doté « d'un patrimoine exceptionnel sur le plan environnemental et architectural »²¹. Enfin, un accueil de public important doit être possible sur le lieu²². Le label des Sites Remarquables du Goût, dans son ensemble se pose comme défenseur et distingue ceux qui « perpétuent une spécialité alimentaire régionale »²³, et se veut être une association entre les producteurs et les consommateurs. Le site doit aussi « faire vivre son patrimoine », dans le sens où des manifestations doivent être organisés régulièrement pour permettre au

²⁰ Voir le site du Ministère de la culture, rubrique « Le label des Sites Remarquables du Goût », consulté le 24/01/2024. <https://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Label-Site-remarquable-du-gout>

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

public de découvrir le produit, et entretenir sa notoriété. Il doit ainsi jouer un rôle de lien social. Il joue un rôle associatif.

Le label est décerné de manière interministérielle, puisque les Ministères de la Culture, de l'Agriculture, du Tourisme et l'Environnement, en sont à l'origine. En revanche. Depuis 1996 c'est une association qui en assure le contrôle.

Le label est décrit par le Ministère de la Culture comme une appellation autant « touristique que gastronomique ». Nous ne sommes pas ici face à un label de qualité, mais bien face à un label de tourisme. Alors, les Sites Remarquables du Goût tentent de s'inscrire dans une logique de labélisation, ils agissent dans le but de reconnaître un produit et son territoire.

2.3.2. Sites Remarquables du Goût, multi et pluri reconnaissance

Le label des Sites Remarquables du Goût n'est pas directement décerné à une production alimentaire ou viticole. Il l'est par le biais de son territoire ou de l'établissement agroalimentaire qui le produit. Précisons que, pour l'obtention du label, il est préférable, pour le produit, d'être déjà reconnu par des signes d'identification de la qualité et de l'origine, ou du moins, d'en avoir commencé les démarches. C'est ainsi que nous pouvons voir une forme de multi et de pluri reconnaissance, d'autant que le label insiste sur la présence d'un patrimoine bâti important, en lien étroit avec le produit qu'il représente, et d'une notoriété reconnue pour la production dont elle est issue. Afin d'éclaircir nos propos, de les concrétiser, et, afin de pouvoir généraliser la démarche globale dans laquelle s'inscrit la labélisation, nous nous concentrerons sur un seul produit : Le Chasselas de Moissac dans le Tarn-Et-Garonne. Ce dernier a obtenu la reconnaissance des Sites Remarquables du Goût en 2003.



Figure 2 : Carte de France, indiquant la ville de Moissac

2.3.2.1. Reconnaissance d'un lieu et de son patrimoine bâti

Le label des Sites Remarquables du Goût prend ainsi son sens dans la reconnaissance et la labélisation d'un lieu, qui, rappelons-le, possède un « patrimoine exceptionnel sur le plan environnemental et architectural ». Le Chasselas de Moissac et sa culture en sont un exemple. Moissac est connue pour être un « haut lieu de l'art roman »²⁴, en effet, la présence de son imposante abbaye Saint-Pierre, déjà reconnue au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1998, lui confère un attrait touristique. Moissac est aussi situé sur les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, lui offrant une place stratégique au cœur de la mobilité pèlerine. Ces éléments doivent être

²⁴ Voir site des Sites Remarquables du Goût, rubrique « Chasselas de Moissac », consulté le 09/04/2024. <https://www.sites-remarquables-du-gout.fr/producteur/chasselas-de-moissac/>

pris en compte dans le processus de labélisation offert par les Sites Remarquables du Goût. En effet, ils se juxtaposent à d'autres reconnaissances institutionnelles.

2.3.2.2. Reconnaissance d'un produit comme patrimoine immatériel

Les Sites Remarquables du Goût confèrent également une importance au produit alimentaire qu'ils labélistent. C'est le cas du Chasselas de Moissac. En effet, ce produit est déjà largement reconnu d'un point de vue étatique, en 1971 il obtient une appellation d'origine contrôlée, c'est le premier fruit frais à en obtenir une. De surcroit, en 1996, celle-ci devient une appellation d'origine protégée et lui offre une reconnaissance européenne. Depuis 2017, la culture du Chasselas à Moissac est également inscrite l'inventaire du Patrimoine Culturel Immatériel en France auprès du Ministère de la Culture.

Les conditions climatiques du territoire, les propriétés et les richesses des sols de culture de la vigne, les savoir-faire humains sont des éléments nécessaires à la culture du Chasselas pour lui faire parvenir ces qualités organoleptiques reconnues. Les Sites Remarquables du Goût mettent en avant et revendiquent le prestige de ces éléments à travers sa labélisation.

Le label agit donc tant en faire-valoir d'un patrimoine bâti, déjà connu et reconnu, qu'en faire-valoir d'une production agricole, elle aussi, connue et reconnue.

Chapitre 3 : Structures et fonctionnements

Ainsi, les sites remarquables agissent, et veulent agir tel un label. Cependant, afin de comprendre le fonctionnement, le rôle, les enjeux et les dimensions de celui-ci, il est important de prendre en compte différents éléments : la multiplicité d'acteurs depuis sa création en 1994, sa structure organisationnelle, les produits labélisés et leur répartition, puis, les outils, actions et instruments utilisés dans les processus de valorisations.

3.1. Label inédit, une multiplicité d'acteurs

Le label des Sites Remarquables du Goût est, par sa forme institutionnelle et organisationnelle, inédit. Nous détaillerons les principaux intervenants de son fonctionnement.

3.1.1. Label des « paysages de reconquête »

Le label des paysages de reconquête est créé en 1992 par le Ministère de l'Environnement, dirigé, cette année-là, par Ségolène ROYAL. Entre 1992 et 1993, l'organisme labélise une liste de 100 sites. L'objectif est de « concilier le développement agricole et la préservation des paysages » sur des sites dits « remarquables, tant pour leurs valeurs esthétiques et culturelles que pour les productions associées » (Laurens, 1997). Le Ministère de l'Environnement souhaite aussi, à travers la labélisation, permettre « la reconquête locale des paysages et des produits » (*Ibid.*), sur des territoires façonnés par l'artisanat et l'agriculture en voie de tomber dans la désuétude. Le développement rural voulu par le label prend son sens lorsque la liste des

100 paysages représentent des sites possédant déjà un caractère attractif, puisqu'avec une capacité d'accueil du public. De plus, le Ministère de l'Agriculture est le premier partenaire de l'initiative. La forme particulière que prend ce label, et ce qu'elle labélise, interpellent alors les cercles des ministères voisins, et les institutions partenaires, afin de construire un label tourné vers la gastronomie et ses territoires.

3.1.2. Conseil National des Arts Culinaires

C'est à l'instar des paysages de reconquête, que le Conseil National des Arts Culinaires (CNAC) crée le label des Sites Remarquables du Goût en 1994. Ce conseil national est créé en 1989 par l'impulsion de Jack LANG, alors Ministre de la Culture et de la Communication. La forme juridique du CNAC est particulière, il s'agit d'une association loi 1901, à caractère non lucratif, directement placée sous le contrôle et la tutelle du Ministère de la Culture et de la Communication. Le financement de ce conseil, en revanche, est assuré par les ministères chargés de la culture, de l'agriculture, du tourisme, de l'éducation nationale et de la santé. Le CNAC est donc assujéti à de nombreux financements publics pluri-ministériels. Il se doit de répondre alors à des objectifs patrimoniaux et promotionnels, désignés par ces acteurs. Parmi les missions qui lui sont conférées, d'un point de vue patrimonial, il doit « protéger le patrimoine culinaire, dresser un inventaire des sites géographiques principaux de la gastronomie française » (Martigny, 2010). C'est d'ailleurs le CNAC qui a donné naissance à une série d'ouvrages intitulé *L'inventaire du patrimoine culinaire de la France* ; 22 livres sont édités, chacun représentant une région. D'un point de vue promotionnel, maintenant, le CNAC doit « créer des journées nationales, promouvoir la recherche et mettre en place des expositions et des activités éducatives » (*Ibid.*). Pour cette seconde mission, nous pouvons préciser que le conseil national a repris sous son aile le projet national de la semaine du

goût. Un projet de musée de la gastronomie est également apparu sur le devant de la scène médiatique, qui n'a néanmoins jamais vu le jour. La démarche des Sites Remarquables du Goût, créés par le CNAC, se trouve à l'intersection des deux missions fondamentales de ce dernier. Le CNAC est finalement dissolu en 2000. En effet, il est soldé par une série d'échecs concernant des projets et, en sus, des articles de presse nationale mettent le doigt sur des bilans comptables litigieux²⁵.

3.1.3. Processus d'interministérialisation

Les Sites Remarquables du Goût sont créés en 1994 d'un processus d'interministérialisation. En effet, c'est au sein du Conseil National des Arts Culinaires, comme administration mère, que quatre ministères s'associent. Celui de la Culture et de la Francophonie, celui de l'Équipement, du Transport et du Tourisme, celui de l'Agriculture et de la Pêche et enfin celui de l'Environnement²⁶. Leurs Ministres respectifs, J. TOUBON, B. BOSSON, J. PUECH, M. BERNIER, éditent en 1995 une liste de 100 Sites Remarquables du Goût. Chacun d'entre eux a pu y voir des intérêts pour leur ministère.

L'interministérialisation n'a été que de courte durée puisque en 1996, l'association de la fédération des Sites Remarquables du Goût est créée, financé et soutenue seulement par le Ministère de la Culture, reprenant les rênes du label. Les trois autres Ministères apportent, néanmoins, toujours leur soutien moral au label, bien qu'aucun de leurs logotypes ne soit présent.

²⁵ Voir article du 22 octobre 1999, de Christophe DELOIRE, paru dans Le Point, intitulé *Une drôle de cuisine*. <https://web.archive.org/web/20161027054917/http://www.lepoint.fr/actualites-societe/2007-01-23/une-drole-de-cuisine/920/0/73458>

²⁶ Voir livre intitulé *Savourez la France avec les Sites Remarquables du Goût*, de Stéphane Méjanès 2023

3.1.4. Fédération des Sites Remarquables du Goût, et procédure d'adhésion

C'est depuis 1996 que l'association des Sites Remarquables du Goût coordonne le label. Elle agit en fédération nationale des associations locales. Ce sont les sites eux-mêmes qui adhèrent à la fédération, via des associations locales, représentant le produit. Au sein de la fédération, chaque association est représentée par une personnalité physique, dépendant d'un site labélisé. La fédération est donc une association de loi 1901, où les postes élus (présidence, trésorerie, secrétariat) sont tenus par des membres d'associations locales différentes. Le siège de l'association est situé à Paris, cependant, c'est au siège de l'association locale qu'est assurée la présidence et que les courriers sont adressés. Un conseil d'administration est également élu ; sur le même fonctionnement, chaque membre doit représenter un site différent. C'est d'ailleurs ce conseil d'administration qui vote pour l'adhésion d'un nouveau site remarquable du goût.

En ce qui concerne l'adhésion à l'association et la reconnaissance par le label, un dossier de candidature est directement proposé sur le site internet du label. Celui-ci revient sur les éléments nécessaires, pour rappel, il doit s'agir d'un produit ancré sur son territoire, bénéficiant d'une histoire et d'une notoriété. Plus encore, le site doit posséder un patrimoine exceptionnel tant architectural qu'environnemental, et doit être en capacité d'accueillir du public par des chambres d'hôtes, ou complexes hôteliers par exemple²⁷. Ce dossier, dûment complété, doit être retourné avec un chèque de 1000 euros. Une fois le dossier validé par une première instance, c'est une commission d'agrément, composée de quatre membres élus par l'association, qui se rend sur place pour une durée de deux jours. Cette commission rend, à la fin de ses prospections, un rapport. C'est avec l'aide de ce rapport que le conseil d'administration vote, pour ou contre l'adhésion de ce site à l'association et ainsi la reconnaissance par le label.

²⁷ Voir dossier de candidature en annexe.

3.2. Sites labélisés

L'analyse des sites labélisés est une partie essentielle de la compréhension du fonctionnement du label des Sites Remarquables du Goût. Pour ce faire, nous étudierons l'accès aux informations concernant les sites, ce qu'ils valorisent et défendent, et enfin, leur répartition.

3.2.1. Difficile accès aux sites

Dans un premier temps, il est important de signaler le difficile accès aux informations concernant la liste des sites labélisés. Nous nous sommes penchés sur cinq sources différentes pour avoir en notre possession le nombre de sites labélisés. Le site internet des Sites Remarquables du Goût n'en référence pas le même nombre en fonction de la rubrique. En effet, dans la rubrique « nos SRG's » (pour Sites Remarquable du Goût), la carte interactive à disposition de l'internaute en dénombre 46²⁸, puis lorsqu'on se rend sur la rubrique de la fédération, le premier paragraphe de la page, intitulé *La fédération des SRG ?* en indique 71²⁹. Toujours sur cette même page, nous lisons dans le troisième paragraphe intitulé *Découvrir un site remarquable du goût*, qu'il existe 60 sites labélisés³⁰. De plus, en étudiant le procès-verbal de l'assemblée générale de la fédération pour l'exercice 2023, 57 sites sont mentionnés. Notre dernière source est le livre de Stéphane MEJANES paru en 2023 aux éditions GLENAT. Il s'intitule *Savourer la France avec les Sites Remarquables du Goût*, et est écrit en étroite collaboration avec la fédération. Dans cet ouvrage, sont mentionnés 62 Sites Remarquables du Goût.

²⁸ Voir rubrique « Nos SRG's », consulté le 09/04/24 <https://www.sites-remarquables-du-gout.fr/listings-with-map/>

²⁹ Voir rubrique « La fédération des SRG ? », consulté le 09/04/24. <https://www.sites-remarquables-du-gout.fr/la-federation-ses-valeurs/>

³⁰ *Ibid.*

Il est important de préciser que seule la carte interactive et le livre mentionne les sites remarquables labélisés. Les études comparatives entre ces cinq sources sont donc complexes. Pour la suite de l'étude, nous prendrons comme référence le livre de Stéphane MEJANES.

3.2.2. Étude des sites labélisés

Ainsi, sur la base des 62 Sites Remarquables du Goût, nous avons pu identifier plusieurs catégories de labélisation. C'est dans un but d'appréhender la lecture et l'analyse de ces sites que nous avons réalisé cette classification. Tout d'abord, nous avons identifié les productions agricoles alimentaires, nous y retrouvons les fruits frais, les légumes frais et l'élevage bovin et halieutique. Ensuite, dans une deuxième catégorie, nous avons identifié les productions de boissons alcoolisées, puisqu'aucune boisson non alcoolisée n'est inscrite dans cette labélisation. Et, pour terminer cette classification, nous avons choisi les méthodes artisanales et le savoir-faire lié à la transformation des matières premières, nous y trouvons, par exemple les productions laitières et les salaisons.

C'est la première catégorie la plus représentée dans les sites labélisés. En effet elle représente 33 territoires, pour une forte diversité de produits, bien que concernée par des matières premières sans transformation. Les techniques de transformation sont au nombre de 17 et les boissons alcoolisées 12. Ainsi, les productions alimentaires, transformées ou non, sont largement majoritaires au sein de ce label, nous pouvons alors observer une inégale représentation des pratiques gastronomiques françaises. De plus, après une étude comparative des sites labélisés et des signes d'identification de la qualité et de l'origine qui leurs sont conférés, 42 en sont déjà dépositaires³¹.

³¹ Voir tableau comparatif des Sites labélisés, des SIQO et de l'inventaire du PCI en annexes

3.2.3. Inégale répartition des sites labélisés sur le territoire

Le label des Sites Remarquables du Goût présente également une inégale répartition de ses sites sur le territoire français. En effet une forte présence de ces lieux se regroupe sur le littoral nord-ouest, le sud de la France et la vallée du Rhône. Aucun site n'est labélisé dans la région des Hauts-De-France, et aucun n'est référencé en Corse ou dans les régions et départements d'Outre-Mer. Partant de l'étude de la notoriété gastronomique des produits alimentaires français (Rambourg, 2013), le label, n'est donc ni représentatif, ni exhaustif.



Figure 3 : Carte des lieux labélisés « Sites Remarquables du Goût », relatif à la liste présentée dans le livre (Méjanès 2023)

Le label joue alors, ou souhaite jouer, un rôle touristique. Prenant en compte les comparatifs entre les signes d'identification de la qualité et de l'origine et la répartition des sites labélisés, le label s'organise majoritairement à l'instar d'un label touristique, et non d'un label alimentaire.

3.3. Outils de valorisation multiples

Dans son rôle associatif et fédérateur entre un producteur et un consommateur, le label offre une multitude d'outils de valorisation de ses lieux et de ses produits. C'est un de ses aspects fondamental.

3.3.1. Valorisation diversifiée

Dans une rubrique « Offres touristiques ³² », le site internet du label invite l'internaute à découvrir des territoires. Il n'y a plus ici mention du produit dans les intitulés de l'offre, simplement de la dénomination géographique. Dans chacun des items il est possible de découvrir le patrimoine mis en avant par le label. Cette rubrique joue, au même titre que le label, un rôle d'instigateur touristique et de valorisation d'un patrimoine bâti.

Le label insiste également sur les démarches directes qu'il entreprend entre le producteur et le consommateur. En effet, les notions de « Marché à la ferme », de « local » et de « circuits courts ³³ » sont largement présentes dans le champ lexical utilisé par les Sites Remarquables du Goût dans leurs outils de valorisation.

³² Voir site internet des Sites Remarquables du Goût, rubrique « Offres touristiques », consulté le 10/04/2024. <https://www.sites-remarquables-du-gout.fr/offres-touristiques/>

³³ Voir site internet des Sites Remarquables du Goût, rubrique « Le marché à la ferme », consulté le 10/04/2024. <https://www.sites-remarquables-du-gout.fr/le-marche-a-la-ferme/>

Le label propose aussi une série de podcasts portant sur des sujets divers, afin de promouvoir les sites labélisés et leurs produits³⁴. Ce sont principalement des extraits d'émission de radios locales et nationales. Les acteurs clés d'un produit dans son processus de valorisation sont alors invités à faire part de l'importance d'une labélisation par les Sites Remarquables du Goût.

3.3.2. Manifestations, salons, fêtes et foires

La fédération des associations locales des Sites Remarquables du Goût conduit des manifestations, des salons, des fêtes et des foires tant à portée locale que nationale. A raison d'une fois par an, la fédération organise un salon annuel des Sites Remarquables du Goût, à l'instar d'un salon gastronomique, chaque site représenté propose des ateliers, des dégustations et des démonstrations culinaires autour du produit qu'il représente. Le lieu de ce salon national change chaque année au profit d'un site remarquable différent.

Des manifestations locales, portées par les associations locales adhérentes de la fédération, ont également lieu. Elles retrouvent, sous différentes formes, des fêtes de village pour la Poire de la Valloire dans la Drôme, au Printemps de la Sardine à Saint-Gilles-Croix-De-Vie en Vendée et mettent en lumière le produit et les savoir-faire labélisés autour d'ateliers, d'expositions ou de projections. Ces moments s'inscrivent dans les processus mouvants de la patrimonialisation locale et du développement territorial.

³⁴ Voir site internet des Sites Remarquables du Goût, rubrique « Ecouter », consulté le 10/04/2024. <https://www.sites-remarquables-du-gout.fr/podcasts-audio/>

3.3.3. Éditions d'ouvrages

La valorisation des Sites Remarquables du Goût s'effectue aussi par l'édition d'ouvrages et de livrets à destination des consommateurs. C'est le cas, en 2023, du livre *Savourez la France avec les Sites Remarquables du Goût*. Ce dernier s'adresse à un public national et propose une historicisation du label. Il présente l'ensemble des sites labélisés en indiquant, page par page, site par site, l'histoire du produit, ses reconnaissances et autres labélisations ainsi qu'une recette de cuisine présentée par un restaurateur local. Le livre présente aussi le patrimoine bâti associé, avec l'histoire de celui-ci, et son lien étroit avec le produit. Ces patrimoines sont illustrés par des photographies. Il est également mentionné le savoir-faire des hommes et des femmes qui font la renommée du produit. De plus, l'ouvrage indique les manifestations locales et les dates auxquelles il est préférable d'organiser sa visite. Le livre des Sites Remarquables du Goût s'inscrit dans une démarche patrimoniale de reconnaissance. Il présente un caractère ludique lui permettant de s'adresser au plus grand nombre de lecteurs.

La fédération estampille de son logotype des livrets locaux permettant la connaissance et la reconnaissance d'un patrimoine alimentaire et gastronomique pour un public local et touristique. Ces livrets sont, pour la

plupart, disponibles en libre-service dans les offices de tourisme et sur les sites de productions des produits labélisés.

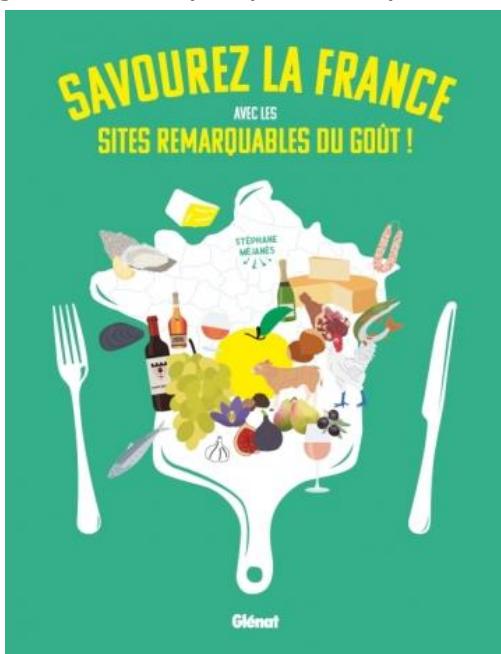


Figure 4 : 1^{ère} page de couverture du livre *Savourez la France avec les Sites Remarquables du Goût*, Stéphane MEJANÈS, 2023

Conclusion

Le label des Sites Remarquables du Goût s'inscrit dans une dynamique complexe et mouvante. Elle prend ses sources dans des processus de patrimonialisation directs ou indirects par des acteurs multiples. Les Sites Remarquables du Goût s'ancrent dans une multi-valorisation, portant tant sur un patrimoine bâti que sur un patrimoine culturel immatériel alimentaire.

D'initiative étatique interministérielle, cette nouvelle forme de labélisation montre un intérêt grandissant des puissances publiques pour les questions gastronomiques et alimentaires dans les années 1980. Elle s'inscrit plus largement dans le cadre de développements économiques locaux et territoriaux souhaités par les collectivités territoriales. Ce développement s'axe sur de nouvelles dynamiques touristiques.

Le label des Sites Remarquables du Goût est créé en 1994 sur les bases du label « Paysages de reconquêtes » dispensé, alors, par le Ministère de l'Environnement. Le fonctionnement structurel du label des Sites Remarquables du Goût a évolué, d'abord comme organe du Conseil National des Arts Culinaires, il devient indépendant en 1996 pour donner lieu à une fédération des associations locales. Partant d'un effectif de 100 sites remarquables en 1995, le label en compte aujourd'hui une soixantaine. La prospection pour de nouveaux sites adhérents est une des actions prioritaires de la fédération, bien que la tendance ne soit pas à l'expansion.

Le label œuvre activement dans les processus de patrimonialisation par de nombreux outils de valorisation et tente d'insuffler un caractère contemporain et moderne aux enjeux qu'il défend à travers des notions conceptuelles de « manger local » et de « circuits courts ».

Fort de ces analyses concernant l'historicisation patrimoniale, la patrimonialisation et sa labellisation progressive, le label SRG apparait comme un objet d'étude particulièrement intéressant, tant sur ces enjeux que sur ces limites.

PARTIE 2 : SITES REMARQUABLES DU GOUT :
AMBIVALENCES, ECUEILS

Problématisation

LE LABEL DES SITES REMARQUABLES DU GOUT se positionne à la frontière de deux formes de labélisation. Il se revendique comme « *véritable gage de qualité et d'authenticité* ³⁵», et se rapproche des démarches de labélisation des signes d'identification de la qualité et de l'origine. En parallèle, il agit comme label touristique d'influence en considérant le patrimoine bâti et les manifestations indissociables d'une production alimentaire ou viticole.

Ainsi, le label des Sites Remarquables du Goût, considéré ici dans son ensemble, questionne. Nouvel instrument politique résultant d'une volonté de gouvernance et de contrôle accrue, véritable label de protection et de valorisation d'un patrimoine culturel gastronomique parfois en perdition ou simple logotype apposable sur un prospectus publicitaire disponible à l'office de tourisme, il est important d'interroger les objectifs, les enjeux et les attentes d'une labélisation tels que ceux proposés par les SRG. Il est également nécessaire de comprendre si ceux-ci sont réalisables et réalisés.

Afin d'appréhender au mieux cette problématique illustrant l'ambivalence du label des Sites Remarquables du Goût, nous formulons trois hypothèses de réponse. La première propose l'analyse des Sites Remarquables du Goût à hauteur d'un label touristique, la deuxième revendique la création d'une dimension symbolique autour d'un produit labélisé et la troisième positionne le label en récompense, en but à atteindre pour des filières en développement.

³⁵ Voir page du label SRG sur site du ministère de la culture

Hypothèse 1 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme instigateur touristique.

Dans un premier temps, il est important de questionner l'objet et la fonction du label des Sites Remarquables du Goût, c'est une des ambivalences formulées. En effet, le territoire doit bénéficier d'un patrimoine « exceptionnel ». De surcroît, le label ne peut être attribué que lorsqu'un accueil de public est possible. L'inégale répartition des sites labélisés pointe également une forte corrélation entre les lieux touristiques et les Sites Remarquables du Goût. Ces trois éléments interrogent la pertinence et la légitimité du label ; celui-ci se voulant être un « véritable *gage de qualité et d'authenticité* ». L'instigation touristique du label prend alors le pas et une place majoritaire dans ses fonctions fondamentales et structurelles, au détriment du caractère de sauvegarde d'un patrimoine culturel immatériel alimentaire souhaité par le Ministère de la Culture.

1.1. Davantage axé autour d'un patrimoine qu'autour d'un produit

Le label des Sites Remarquables du Goût s'axe autour d'un important dispositif de patrimoine sur un territoire. Cela s'appréhende par la volonté du label d'agir en instigateur touristique. En effet, la nécessaire présence d'un important patrimoine bâti, bénéficiant déjà d'une notoriété sur un territoire labélisé, démontre le choix du label de s'orienter davantage sur cet aspect que sur l'aspect alimentaire. L'ambivalence du label se trouve et se retrouve pourtant à l'intersection de ces deux dimensions.

Le label fait le choix de créditer des territoires pouvant accueillir un large public grâce à des infrastructures hôtelières et touristiques. Le label fait aussi le choix de valoriser des territoires où des manifestations culturelles autour d'un produit ont déjà lieu, où elles sont connues et reconnues et où

elles bénéficient d'une notoriété installée. Ces choix résultent d'une volonté d'entretenir une distinction déjà en place et questionnent, alors, la pertinence du label.

1.2. Vers un développement territorial ?

Le label des Sites Remarquables du Goût s'ancre dans une politique générale de développement territoriale souhaitée, d'un part, des Ministères de la culture, de l'agriculture, de l'environnement et du tourisme, et d'autre part des collectivités territoriales. Dès sa création, le label souhaite agir alors en instigateur touristique pour distinguer des territoires à développer par les retombées économiques du tourisme. C'est dans ce but qu'il s'accroît et se développe.

L'aspect de développement territorial peut aussi être appréhendé d'un point de vue de filière puisque l'ensemble de la filière de production d'un produit est affecté par une labélisation telle que celle voulue par les Sites Remarquables du Goût. En effet, sont concernés les producteurs, les transformateurs, les commerçants et les institutions locales. Les retombées économiques d'une filière alimentaire forte et puissante ne sont pas négligeables à une échelle locale.

Ainsi, c'est dans une démarche globale - privée comme publique - de développement territorial que la labélisation des Sites Remarquables du Goût s'illustre.

1.3. Une politique de communication

Les politiques de communication mises en place par les Sites Remarquables du Goût, autant d'un point de vue local que national, montrent et démontrent une volonté d'incitation touristique. À travers divers outils de communication, et sous couvert d'une valorisation des sites labélisés, le label offre un cadre de vacances et présente le patrimoine comme curiosité locale immanquable. Les instruments utilisés par les sites remarquables s'inscrivent dans une démarche globale de communication, et s'orientent en direction de tout public. Auditeurs, lecteurs, internautes ou touristes, chacun peut en apprendre davantage sur le patrimoine, gastronomique ou non, de la région pour laquelle il s'intéresse.

Les techniques de communication utilisées par les Sites Remarquables du Goût présentent une philosophie évolutive. Depuis peu, elles bénéficient d'une forte nationalisation avec, notamment, l'édition d'un ouvrage à portée nationale. En revanche, elles restent territorialisées et ancrées localement grâce aux offices de tourisme qui participent à la diffusion de prospectus publicitaires pour les sites labélisés.

Hypothèse 2 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme créateur d'aspects symboliques

Dans un deuxième temps, il est important de s'interroger sur les effets d'une labélisation par les Sites Remarquables du Goût, et plus particulièrement sur les aspects conférés au produit. Autant d'un point de vue symbolique que qualitatif qu'économique, la labélisation offre de nouvelles perspectives aux produits labélisés et aux producteurs. Le label agit ainsi comme instigateur de consommation. Il indique par l'estampillage de son logotype, un produit issu d'une agriculture locale, durable et responsable, mais également un produit imbriqué dans une tradition locale. Le label incite, par son caractère distinctif, à la consommation.

2.1. Regain d'appétence par le « local »

Le label des Sites Remarquables du Goût s'inscrit dans une demande d'agriculture « saine », « durable » et « locale », et se positionne à contrepied du productivisme agricole en prônant des producteurs « proches de la terre ». Il répond alors à une demande locavore. Pouvant être une philosophie de vie militante ou une habitude alimentaire touristique, les mouvements de locavorisme se tiennent comme une « remise en cause des habitudes alimentaires contemporaines fondées sur l'internationalisation croissante des marchés », (Poulot, 2012) ils s'inscrivent dans une démarche de proximité entre le producteur et l'assiette du consommateur.

Les habitudes alimentaires de proximité connaissent un regain, à l'instar de la multiplication des initiatives locales et militantes (Ripoll, 2009). Bien que le label des Sites Remarquables du Goût ne s'inscrive pas dans une démarche similaire, il est important de comprendre l'attrait grandissant des

consommateurs pour une alimentation locale, qu'elle soit idéologique ou de passage lors de vacances touristiques.

2.2. Création et appropriation d'aspects symboliques

Si « l'alimentation humaine comporte une dimension imaginaire, symbolique et sociale » (Fischler, 2001), alors un label garantissant la qualité de production d'un aliment en préconise la consommation, et lui attribut ainsi une valeur et une dimension davantage symbolique. Puisque l'Homme « s'approprie les qualités des aliments qu'il mange » (D'Amore et Tarantino, 2013), il s'approprie les dimensions « locales », « traditionnelles » et « respectueuses » des produits labélisés.

Le label accentue aussi son action dans la défense d'un savoir-faire et d'une tradition. Ces caractères se retrouvent dans la dimension symbolique du produit labélisé. Les enjeux contemporains de lutte contre le dérèglement climatique et la volonté des consommateurs d'une agriculture plus responsable se retranscrivent aussi dans les dimensions données au produit par le label. Ces éléments influencent alors la consommation de produits labélisés.

2.3. Le label comme signe d'identification de la qualité et de l'origine

Au même titre que les signes d'identification de la qualité et de l'origine, le label des Sites Remarquables du Goût distingue des produits. Il est alors important de comprendre le rôle qu'il souhaite prendre lors d'une labélisation. Si le label souhaite interagir avec les consommateurs comme

signe distinctif de qualité, alors la consommation peut en être accrue ; en revanche, si le label n'a pas cette prétention, son rôle est différent.

Le label des sites remarquables offre une reconnaissance d'un produit comme patrimoine immatériel. Cependant, pour être labélisé par ce dernier, les produits doivent déjà bénéficier d'une reconnaissance, au moins par le public local, au mieux par les institutions étatiques. Le label joue alors un rôle de distinction supplémentaire et se légitime grâce à des démarches étatiques déjà en place, il garde cependant sa volonté d'agir comme instigateur de consommation.

Hypothèse 3 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme récompense institutionnelle

Dans un troisième temps, le label peut aussi agir comme une forme de récompense (Bergeron, Castel et Dubuisson-Quellier, 2014), c'est de cet aspect dont il est ici question. En effet, la labélisation par les Sites Remarquables du Goût joue un rôle de gratification pour les filières locales, il en va de la reconnaissance d'un patrimoine tant bâti qu'immatériel et de sa préservation. En cela, nous devons prendre en compte les techniques d'élaboration et de transformation du produit labélisé, mais aussi des démarches qualitatives dans lesquelles il s'inscrit. Le territoire est également récompensé par ses capacités mobilisatrices et hôtelières lors d'évènements. Ces éléments sont nécessaires à la compréhension du label, puisqu'il agit comme un but à atteindre pour les filières locales.

3.1. Sécurité ministérielle

La première explication de ce phénomène de récompense prend sa place dans l'importante part des ministères lors de la constitution du label. Rappelons que quatre ministères sont concernés, il s'agit de ceux relevant des compétences de l'agriculture, de l'environnement, du tourisme et de la culture ; chacun de ces aspects est alors nécessaire à l'obtention du label. La place importante des ministères dans l'échelle politique française en tant qu'organisme officiel, autant juridiquement que dans l'imaginaire collectif, revendique une décision importante et reconnue. Cela confère aussi un sentiment de sécurité et de confiance vis-à-vis des décisions. Ainsi, l'estampillage d'un logotype distribué par des instances politiques légitimes rassure et assure la qualité organisationnelle du label.

Les filières locales de production, de transformation et d'accueil du public jugent alors, par la légitimité conférée aux institutions étatiques, que l'obtention du label des Sites Remarquables du Goût est une récompense institutionnelle concernant les caractéristiques demandées. Bien qu'aujourd'hui seul le Ministère de la Culture finance directement le label, celui-ci est toujours lié, directement ou indirectement, aux trois autres organismes, et leurs présences sont toujours identifiables sur le site internet du label.

3.2. Tremplin institutionnel

D'abord, il est important de comprendre qu'en 2015 et à l'occasion d'un projet du Ministère de la Culture et de la Direction générale des Patrimoines, la fédération nationale des Sites Remarquables du Goût s'inscrit dans une démarche de reconnaissance des patrimoines culturels immatériels. Aujourd'hui, dix-neuf³⁶ savoir-faire sont reconnus par l'inventaire du Patrimoine Culturel Immatériel et par les Sites Remarquables du Goût, et ce chiffre pourrait s'accroître. En effet, dans ses politiques générales³⁷, la fédération s'est fixée comme objectif d'appuyer les candidatures au près du Ministère de la Culture. La reconnaissance par l'appartenance à la liste officielle du Patrimoine Culturel Immatériel peut donc être facilitée par l'adhésion à la fédération des Sites Remarquables du Goût qui prend alors un rôle de tremplin administratif. Le label s'inscrit donc dans une nouvelle démarche de reconnaissance institutionnelle.

³⁶ Voir tableau comparatif des Sites labélisés, des SIQO et de l'inventaire du PCI en annexes

³⁷ Voir procès-verbal de l'assemblée générale de la fédération des Sites Remarquables du Goût, consulté le 10/04/2024. <https://www.sites-remarquables-du-gout.fr/wp-content/uploads/2023/05/PV-Assemblee-generale-2023-1-1.pdf>

3.3. Recherche de légitimité

Le label des Sites Remarquables du Goût véhicule une image de produits ancrés sur des territoires et des savoir-faire. Les producteurs, les artisans et les commerçants bénéficient alors de ces mêmes images. L'adhésion au label représente un fort enjeu des acteurs locaux et permet de légitimer la production dans la lignée d'une tradition par des reconnaissances institutionnelles. L'adhésion au label permet aussi pour les acteurs politiques locaux de légitimer l'action publique territoriale agricole et alimentaire en faveur d'un maintien de la tradition et des technologies utilisées.

Ainsi, la labélisation représente un enjeu de légitimité pour l'ensemble des acteurs d'un territoire et permet de bénéficier d'une notoriété supplémentaire, une notoriété nationale. Le label représente un but à atteindre pour récompenser et inscrire les dimensions de savoir-faire traditionnelles dans une nouvelle représentation institutionnelle.

**PARTIE 3 : SITES REMARQUABLES DU GOUT :
APPROCHES PROBATOIRES**

Afin de répondre au mieux aux interrogations posées par les Sites Remarquables du Goût, il est nécessaire de définir et de poser les prémices de l'enquête de recherche. Nous étudierons ici le terrain d'application ainsi que les méthodologies probatoires qui pourraient être utilisées dans la vérification ou l'infirmité de nos hypothèses.

1. Terrain d'application

La constitution d'un terrain d'application d'une enquête en sciences sociales est primordiale et se base sur différents critères. Dans notre cas, elle s'inscrit dans des délimitations humaines et géographiques justifiées.

1.1. Dimensions géographiques

En ce qui concerne les dimensions géographiques du terrain d'enquête de cette étude, elles se concentrent sur deux points. Dans un premier temps, il s'agit d'étudier les Sites Remarquables du Goût en eux-mêmes et dans leur contexte ; par cela nous entendons de prendre en compte les territoires dans lesquelles ils s'inscrivent et évoluent. Dans le but de répondre aux hypothèses, nous avons besoin d'étudier le territoire sur lequel ils s'enracinent. Nous prendrons alors en compte les différentes échelles des collectivités territoriales, que ce soient celles de la commune, de l'établissement public de coopération intercommunale, du département et de la région dans laquelle se recense le site remarquable du goût. Il est important de connaître lequel ou lesquels de ces instances sont à l'origine de la sollicitation d'une labélisation. Il est, de surcroît, fondamental de comprendre l'impact et les effets d'une labélisation par les Sites

Remarquables du Goût aux différentes échelles institutionnelles. En outre, il est nécessaire de connaître les motivations des sites labélisés à être sortis du dispositif. À titre d'exemple la viande bovine AOP de race Maine-Anjou dans les pays de la Loire n'est plus labélisée.

Afin d'illustrer notre propos, nous pouvons nous appuyer sur un exemple précédemment cité : le Chasselas de Moissac. Nous étudierions alors les motivations mobilisées par la ville de Moissac, la communauté de communes Terres de Confluences, le département du Tarn-Et-Garonne et la région Occitanie, puisque les dimensions politiques et organisationnelles ne sont pas les mêmes. En sus, les délégations fonctionnelles sont, elles aussi différentes.

Dans un souci de démarche globale d'étude du label et non de quelques sites, l'opération serait à multiplier, bien que les motivations ne soient pas identiques pour une même région en fonction de produits différents, l'Occitanie compte en, effet, sept Sites Remarquables du Goût, les intérêts ne sont par conséquent pas identiques.

1.2. Dimensions humaines

En ce qui concerne les dimensions humaines de notre enquête, elles regroupent les protagonistes d'une labélisation territoriale et les consommateurs. En effet, il est important de prendre en compte l'ensemble des acteurs du territoire qui anime et qui fait vivre les traditions, les manifestations et les savoir-faire autour d'un Site Remarquable du Goût. En cela nous entendons, dans un premier temps, les producteurs, les transformateurs, les artisans, les commerçants, les restaurateurs, les élus et les fonctionnaires territoriaux. Il est aussi possible d'interroger les membres d'associations « folkloriques » telle que les confréries ; acteurs privilégiés de représentation et de médiatisation des savoir-faire. Dans un

deuxième temps, pour étudier et comprendre les effets d'une labélisation, il serait nécessaire de se concentrer sur les consommateurs. Ceux-ci se rassemblent en deux catégories, les locaux et les touristes. Ils devraient cependant se rendre sur ces lieux de villégiature et s'approvisionner en produits issus de productions labélisées par les Sites Remarquables du Goût pour nous faire part de leurs motivations et de leurs intérêts quant à une alimentation comme celle-ci.

Enfin, le label des Sites Remarquables du Goût s'organise autour d'organismes associatifs. Les sites labélisés possèdent des associations locales adhérentes à la fédération nationale des Sites Remarquables du Goût. Notre enquête devrait impérativement prendre en compte les membres de ces différentes institutions, leur hiérarchie, leurs rôles et leurs positions.

2. Méthodologies probatoires

Les méthodologies d'enquête en sciences sociales sont nombreuses et légitimes. Cependant, il est important de fixer les jalons de notre étude et de se concentrer sur les méthodes les plus appropriées. Dans un souci de transversalité, l'ensemble des méthodologies explicitées ci-dessous pourraient être utilisées pour répondre à nos interrogations, bien qu'elles ne bénéficient pas des mêmes spécificités, des mêmes objectifs, des mêmes avantages et contraintes, elles peuvent et doivent agir de manière complémentaire. Elles ne sont pas exhaustives. Dans l'ensemble des cas, il est nécessaire de contextualiser la labélisation et de prendre en considération le fait qu'elle ne relève pas de choix pour l'ensemble des acteurs d'un territoire.

2.1. Questionnaire quantitatif

Afin d'introduire les variables mobilisées par l'ensemble des acteurs des Sites Remarquables du Goût, le questionnaire quantitatif peut être une solution. En effet, la multiplicité des acteurs ne doit pas être considérée comme une limite mais bien comme une opportunité. Différents questionnaires pourraient être distribués auprès d'acteurs distincts. La méthodologie dite quantitative est une méthode rigoureuse et exigeante, elle nous permet d'obtenir des données quantitatives et statistiques que l'on regroupe dans diverses catégories de data. En effet, l'analyse des résultats permet d'introduire des « chiffres descriptifs », des « chiffres majoritaires » et ainsi des « chiffres explicatifs » (de Singly, 2020). Ces différentes données, une fois analysées, induisent des groupes majoritaires, des groupes minoritaires. Elles induisent aussi des critères et des variables discriminantes ou, *a contrario*, mobilisatrices. Elles conduisent à

l'établissement de liens corrélatifs entre plusieurs facteurs afin, éventuellement, d'hypothétiser des causalités. Ce sont toutes ces analyses qui nous permettent de dégager des conclusions pertinentes quant à notre étude. En ce qui nous concerne, l'analyse des données récoltées s'effectuerait sur le logiciel R.

Une première enquête quantitative pourrait s'adresser aux protagonistes des différents Sites Remarquables du Goût afin d'entreprendre la compréhension des motivations quant à l'adhésion au label. Une seconde, à destination des touristes, pourrait nous permettre de connaître les variables qu'ils mobilisent dans leurs choix alimentaires touristiques, afin de comprendre l'importance qu'ils portent aux produits issus de territoires labélisés.

La conception d'un questionnaire d'enquête quantitative doit être méthodique. Celui-ci nécessite d'être court, les questions qui le compose doivent être simples, directes et fermées. Nous avons ainsi réalisé un exemple de questionnaire qui pourrait être distribué auprès de touristes sur un site labélisé. Celui-ci n'est pas encore apte à la distribution et nécessite d'être testé auprès de public différent afin de s'assurer de la compréhension de tous. Il appréhende différents aspects de la première hypothèse de notre étude³⁸.

2.2. Entretien ethnographique

L'entretien ethnographique s'imbrique dans une méthodologie qualitative. Il se définit comme une « technique de collecte d'informations orales, un événement de parole qui se produit dans une situation d'interaction sociale entre un enquêteur et un enquête », (Coman et al., 2022). Dans notre cas

³⁸ Voir annexes 2 : « Exemple de questionnaire pour enquête quantitative auprès de touristes en déplacement sur un site labélisé ».

ces entretiens seraient semi-directif. L'enquêté répondrait alors à des questions nécessaires à l'appréhension du sujet, la discussion serait cependant libre et les divagations autorisées. L'enquêteur devrait, en revanche, recadrer le sujet de la discussion si celui-ci s'écarte des préoccupations premières. Il est important de préciser que l'entretien est enregistré, préparé et se réalise uniquement avec un enquêté prévenu et consentant. Il se réalise de manière rigoureuse et doit être appréhendé dans son ensemble. Il est nécessaire de rédiger un guide prévoyant des questions précises et ouvertes. Ce guide doit également contenir une série de relance afin de ne pas passer à côté d'éléments importants. Les retranscriptions des entretiens semi-directifs sont une étape cruciale de l'analyse globale. Elles doivent menées à des arborescences précises pour permettre de se focaliser sur des aspects de la recherche. L'entretien est une des méthodologies que nous privilégierions dans l'enquête auprès des acteurs publics et politiques.

La dimension politique du label des Sites Remarquables du Goût est indissociable de son étude. Afin de comprendre les variables mobilisées par les acteurs publics instigateurs d'une labélisation sur un territoire, l'entretien apparait fondamental. Il permet de retracer de manière individuelle les carrières politiques et les représentations des élus et des fonctionnaires territoriaux (*Ibid.*). Nous avons réalisé un exemple de guide d'entretien qui pourrait être utilisé auprès d'un élu à l'origine d'une labélisation³⁹. Ces éléments sont au cœur des interrogations de notre sujet, quant à l'importance et aux effets d'un label sur un territoire.

La multiplicité des acteurs présents et l'organisation politique des collectivités territoriales nous imposent de réaliser une série d'entretien. L'analyse de ces derniers offrirait des variables communes à différent acteurs et permettrait l'établissement de liens de corrélations et de causalité entre des idées, des représentations et des faits.

³⁹ Voir annexe 3 : Exemple de guide d'entretien avec un acteur clé d'une labélisation

2.3. Focus group

Le *focus group* est la troisième méthodologie que nous utiliserions. Elle se fonde sur les mêmes bases que l'entretien mais prend en compte plusieurs enquêtés. C'est une méthodologie intéressante pour comprendre les rapports qui se jouent entre plusieurs individus et les ressentis vis-à-vis d'un élément, (Tétreault, 2014a). Cette méthode est utilisée par l'industrie agroalimentaire pour « explorer la perception des futurs consommateurs » (*Ibid.*), c'est également dans ce but que nous l'utiliserions. Elle nous paraît en effet pertinente pour comprendre les choix alimentaires d'un groupe, et précisément le choix ou le non choix de produits labélisés par les Sites Remarquables du Goût. L'atelier s'introduirait par la présentation d'un même aliment issu de différentes productions et de différents sites. Chacun de ces produits aurait une spécificité, seul l'un d'entre eux bénéficierait d'une labélisation par les Sites Remarquables du Goût. Le *focus group* s'articulerait alors autour du choix des participants. Cet atelier permettrait d'identifier la notoriété du label et de comprendre les variables mobilisées par les individus dans le choix d'un produit alimentaire labélisé ou non. L'intérêt d'utiliser ici le focus group et non l'entretien individuel se trouve dans la richesse des argumentaires déployés par les enquêtés pour justifier leur choix.

Le *focus group* est animé par l'enquêteur. Il assure un rôle de médiateur et recentre les discussions et les prises de parole autour du sujet étudié. Le *focus group* se base sur la sérénité et le non-jugement des autres participants dans les prises de parole. L'animateur doit alors assurer le bon déroulement de l'atelier. L'enquêteur doit avoir préparé l'atelier à l'aide d'un guide aux caractéristiques similaires à celui de l'entretien. Nous avons réalisé un protocole de *focus group* pour comprendre les représentations

autour de la labélisation de produits alimentaires ⁴⁰. Pour son bon déroulement, l'animateur doit se doter d'outils adéquats pour l'enregistrement et la prise de note lors du *focus group*. Il doit avoir lieu dans un endroit neutre.

La composition d'un groupe d'enquêtés s'appuie sur différents critères. Elle se doit de rassembler des individus aux caractéristiques communes en fonction du sujet étudié. Dans notre cas, il pourrait s'agir de touristes et d'habitants recrutés sur un lieu de villégiature. A l'instar de l'entretien ethnographique, les participants sont prévenus et consentants, la signature d'un formulaire de consentement par les enquêtés est préconisée.

2.4. Observation participante

L'observation participante s'inscrit dans les méthodes de recherche qualitative en sciences sociales. Elle présente de nombreux avantages et permet de prendre en compte les interactions des protagonistes directement dans un lieu familier. Elle permet de « capter et de découvrir les différents aspects du groupe observé » (Tétreault, 2014b). Elle s'apparente à un moment privilégié par la proximité avec les acteurs et permet une étude approfondie.

L'observation participante peut se réaliser de deux manières : ouverte ou fermée. Dans le cas où elle est ouverte les interlocuteurs sont informés de la présence d'un enquêteur ; si elle est fermée, ils ne le sont pas (*Ibid.*). L'observation participante est une méthodologie rigoureuse. Elle ne peut se pratiquer que lorsqu'elle est préparée. Des objectifs de recherche doivent être déterminés bien qu'ils soient évolutifs en fonction de l'observation. La transcription de l'observation doit être précise, vive et discrète,

⁴⁰ Voir annexe 4 : Exemple de protocole de *focus group* concernant la représentation des produits alimentaires labélisés

l'observateur ne peut demander à des interlocuteurs de répéter. Les éléments verbaux et non verbaux des protagonistes doivent apparaître de manière concise et claire, et aucun élément ne doit être considéré comme naturel et sans intérêt.

Les deux formes de l'observation participante peuvent présenter des intérêts dans notre étude. En effet, la méthode ouverte de l'observation participante permettrait la participation d'un enquêteur à une réunion interne des Sites Remarquables du Goût. Elle favoriserait la compréhension des rapports de forces entre les interlocuteurs et mettrait en exergue leurs rôles et positions. L'observation permettrait de connaître les sujets abordés et leur importance aux yeux des membres et de l'institution.

La méthode fermée de l'observation participante présente un intérêt dans l'appréhension du label auprès des commerçants et des lieux d'intérêt pour les touristes. Dans la mesure où une observation fermée aurait lieu dans l'office de tourisme d'un Site Remarquable du Goût, elle permettrait de prendre en compte la considération, l'importance et la manière dont les informations seraient relayées aux visiteurs. Elle mesurerait, ainsi, l'impact d'une labélisation sur les comportements des acteurs concernés, et leur éventuelle évolution.

CONCLUSION GENERALE

LE LABEL DES SITES REMARQUABLES DU GOUT est un objet complexe comprenant de multiples dimensions. Il s'inscrit pleinement dans le paysage et dans l'environnement des politiques publiques de valorisation par la labélisation mais reste cependant inédit dans son organisation. Il possède en effet un caractère interministériel ; ce qui en complique les enjeux.

Le label des Sites Remarquables du Goût s'inscrit pleinement dans le cadre du renouveau des politiques publiques de valorisation des patrimoines et de la gastronomie. Son objet présente une forte ambivalence quant à la nature de ce qu'il prétend défendre. Bien que les spécialités régionales soient indissociables de leurs territoires, cette pluri-labélisation questionne.

En 1995, le label des Sites Remarquables du Goût crédite 100 sites de leur logotype. Aujourd'hui seul 62 sites sont référencés. La tendance des sites à sortir du processus de labélisation questionne alors l'intérêt profond et la légitimité du label.

Le label des Sites Remarquables du Goût connaît depuis sa création une organisation évolutive. D'abord sous l'égide d'un instrument paraétatique, il s'autonomise au profit d'une association indépendante. Celle-ci reste cependant financée par le Ministère de la Culture.

Bien que les méthodologies présentées ne soient ni exhaustives ni complètes, elles permettent d'entrevoir les premières étapes d'une démarche globale de recherche. En effet, les Sites Remarquables du Goût présentent de nombreuses interrogations et la faible documentation directe à leur sujet nous invite à une réflexion critique plus approfondie.

BIBLIOGRAPHIE

ALLAIN Marie-Laure et CHAMBOLLE Claire, 2003, « II. L'évolution historique de la distribution » dans , Paris, La Découverte (coll. « Repères »), p. 21-38.

AMBROISE-RENDU Anne-Claude et OLIVESI Stéphane, 2017, « Du patrimoine à la patrimonialisation. Perspectives critiques », *Diogène*, 2017, vol. 258-259-260, n° 2-3-4, p. 265-279.

BERGERON Henri, CASTEL Patrick et DUBUISSON-QUELLIER Sophie, 2014, « Gouverner par les labels. Une comparaison des politiques de l'obésité et de la consommation durable », *Gouvernement et action publique*, 2014, VOL. 3, n° 3, p. 7-31.

BESSIERE Jacinthe, CLARIMONT Sylvie et VLES Vincent, 2016, « La ressource patrimoniale, outil de diversification touristique ? Le pôle d'excellence rurale du Néouvielle, entre innovation et recyclage », *Natures Sciences Sociétés*, 2016, vol. 24, n° 3, p. 217-229.

BETRY Nathalie, 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 », *Ruralia. Sciences sociales et mondes ruraux contemporains*, 15 juin 2003, n° 12/13.

CHABAULT Denis, 2016, « Dynamiques territoriales et clusterisation de la gastronomie française », *Management & Prospective*, 2016, vol. 33, n° 2-3, p. 115-140.

COMAN Ramona, CRESPIY Amandine, LOUAULT Frédéric, MORIN Jean-Frédéric, PILET Jean-Benoît et VAN HAUTE Émilie, 2022, « Chapitre 6. Les entretiens » dans *Méthodes de la science politique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur (coll. « Méthodes en sciences humaines »), p. 117-143.

COULON Christian, 1998, « Introduction », *Revue française de science politique*, 1998, vol. 48, n° 3, p. 347-348.

CSEARGO Julia, 2019, « Penser le(s) patrimoine(s) gastronomique(s) : à propos de quelques obstacles à l'appréhension d'un protéiforme au cœur d'un incertain », *In Situ. Revue des patrimoines*, 11 décembre 2019, n° 41.

CSEARGO Julia et LEMASSON Jean-Pierre, 2008, *Voyages en gastronomies: l'invention des capitales et des régions gourmandes*, Paris, Éd. Autrement (coll. « Collection Mutations »).

D'AMORE Salvatore et TARANTINO Franca, 2013, « Chapitre 1 - Signification de la nourriture : aspects sociaux et culturels » dans *Anorexie et boulimie, le temps suspendu*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur (coll. « Carrefour des psychothérapies »), p. 25-36.

FISCHLER Claude, 2001, *L'omnivore: le goût, la cuisine et le corps*, Paris, O. Jacob (coll. « Poches Odile Jacob »).

FOUILLEUX Ève, 2008, « Chapitre 4 : Les politiques agricoles et alimentaires » dans *Politiques publiques 1*, Paris, Presses de Sciences Po (coll. « Académique »), p. 113-146.

HOURCADE Renaud et McCLINTOCK Nathan, 2023, « L'alimentation, un enjeu de justice sociale: Mouvements alimentaires, politiques publiques et inégalités », *Lien social et Politiques*, 18 août 2023, n° 90, p. 5-34.

LAURENS Lucette, 1997, « Les labels « paysage de reconquête », la recherche d'un nouveau modèle de développement durable », *Natures Sciences Sociétés*, 1 avril 1997, vol. 5, n° 2, p. 45-56.

LE BART Christian, 2020, « Marketing territorial » dans *Dictionnaire des politiques territoriales*, Paris, Presses de Sciences Po (coll. « Références »), vol.2e éd., p. 344-349.

MAES Arnaud, 2020, « Évolution de l'office numérique de tourisme : une étude de cas dans la région PACA », *Management des technologies organisationnelles*, 2020, vol. 11, n° 2, p. 41-60.

MARCOTTE Pascale et BOURDEAU Laurent, 2010, « La promotion des sites du Patrimoine mondial de l'UNESCO : Compatible avec le développement durable ? », *Management & Avenir*, 2010, vol. 34, n° 4, p. 270-288.

MARTIGNY Vincent, 2010, « Le goût des nôtres : gastronomie et sentiment national en France », *Raisons politiques*, 2010, vol. 37, n° 1, p. 39-52.

MULLER Séverin, 2004, « Les abattoirs sous haute surveillance. Politiques et normalisations sanitaires à Saint-Maixent-l'École, du XIXe au milieu du XXe siècles », *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 2004, vol. 51-3, n° 3, p. 104-120.

NAULIN Sidonie, 2020, « 2. La gastronomie, un nouvel objet de politiques publiques ? » dans Ève Fouilleux et Laura Michel (eds.), *Quand l'alimentation se fait politique(s)*, Rennes, Presses universitaires de Rennes (coll. « Res publica »), p. 65-81.

NYE Joseph S., 1990, « Soft Power », *Foreign Policy*, 1990, n° 80, p. 153.

POULAIN Jean-Pierre, 2018, *Dictionnaire des cultures alimentaires*, 2e édition augmentée., Paris, Presses universitaires de France.

POULOT Dominique, 2006, « De la raison patrimoniale aux mondes du patrimoine », *Socio-anthropologie*, 15 octobre 2006, n° 19.

POULOT Monique, 2012, « Vous avez dit "locavore" ? De l'invention du locavorisme aux États-Unis », *Pour*, 2012, vol. 215-216, n° 3-4, p. 349-354.

RAFFARD Pierre, 2021, « Le touriste culinaire : de cible commerciale à ambassadeur culturel » dans *Géopolitique de l'alimentation et de la gastronomie*, Paris, Le Cavalier Bleu (coll. « Géopolitique de... »), p. 99-105.

RAMBOURG Patrick, 2013, « Chapitre XVI - Reconnaissance et succès des cuisines régionales » dans *Histoire de la cuisine et de la gastronomie françaises*, Paris, Perrin (coll. « Tempus »), p. 269-282.

RIPOLL Fabrice, 2009, « Le concept "AMAP" », *Géographie et cultures*, 1 novembre 2009, n° 72, p. 99-116.

ROCKOWER Paul S, 2012, « Recipes for gastrodiploamcy », *Place Branding and Public Diplomacy*, 1 août 2012, vol. 8, n° 3, p. 235-246.

SINGLY François DE, 2020, « 1. Pourquoi produire des chiffres ? » dans *Le questionnaire*, Paris, Armand Colin (coll. « 128 »), vol.5e éd., p. 11-22.

STANZIANI Alessandro, 2005, « 7. Alimentation et santé sous la IIIe République (1870-1914) » dans *Au nom du consommateur*, Paris, La Découverte (coll. « L'espace de l'histoire »), p. 133-149.

TETREAUULT Sylvie, 2014a, « Focus groupe » dans *Guide pratique de recherche en réadaptation*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur (coll. « Méthodes techn et outils d'intervention »), p. 327-343.

TETREAUULT Sylvie, 2014b, « Observation participante (Participative observation) » dans *Guide pratique de recherche en réadaptation*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur (coll. « Méthodes techn et outils d'intervention »), p. 317-325.

VIARD Claudine, 2017, « Labels » dans *Dictionnaire Collectivités territoriales et Développement Durable*, Cachan, Lavoisier (coll. « Environnement »), p. 281-283.

VITET Ludovic (1802-1873) Auteur du texte, 1847, *Études sur les beaux-arts : essais d'archéologie et fragments littéraires / par L. Vitet...*, s.l.

INDEX

Avant-propos et remerciements	5
Sommaire	6
Introduction générale	7
Partie 1 : Sites Remarquables du Goût : contexte, historicisation, émergence,	9
Chapitre 1 : Des notions de patrimoines	10
1.1. Patrimoine et patrimonialisation	10
1.1.1. De l'intérêt pour un patrimoine bâti et mobilier	10
1.1.2. Aux processus de patrimonialisation	12
1.1.3. Patrimonialisation comme enjeu de valorisation	13
1.2. Patrimoine culturel immatériel puis alimentaire	14
1.2.1. Patrimoine culturel immatériel et ses débuts	14
1.2.2. Patrimonialisation des lieux et des moments	16
1.2.3. Alimentation comme patrimoine	17
Chapitre 2 : Intérêts institutionnel et organisationnel pour une gastronomie ..	19
2.1. Émergence d'une préoccupation institutionnelle pour la valorisation d'une gastronomie	19
2.1.1. Intérêt des collectivités territoriales pour la gastronomie	20
2.1.2. Gastronomie comme « objet politique non identifié »	21
2.2. Vers une nouvelle gouvernance institutionnelle	22
2.2.1. Politiques publiques agricoles	22
2.2.2. Politiques publiques alimentaires	23
2.2.3. Gouvernance par les labels	25
2.3. Sites Remarquables du Goût comme label	28
2.3.1. Rôle et but premier des Sites Remarquables du Goût	28
2.3.2. Sites Remarquables du Goût, multi et pluri reconnaissance	29
2.3.2.1. Reconnaissance d'un lieu et de son patrimoine bâti	30
2.3.2.2. Reconnaissance d'un produit comme patrimoine immatériel ..	31
Chapitre 3 : Sites Remarquables du Goût	32
3.1. Label inédit, une multiplicité d'acteurs	32
3.1.1. Label des « paysages de reconquête »	32
3.1.2. Conseil National des Arts Culinaires	33
3.1.3. Processus d'interministérialisation	34
3.1.4. Fédération des Sites Remarquables du Goût, et procédure d'adhésion	35
3.2. Sites labélisés	36
3.2.1. Difficile accès aux sites	36
3.2.2. Étude des sites labélisés	37
3.2.3. Inégale répartition des sites labélisés sur le territoire	38
3.3. Outils de valorisation multiples	39

3.3.1.	Valorisation diversifiée	39
3.3.2.	Manifestations, salons, fêtes et foires	40
3.3.3.	Éditions d'ouvrages	41
	Conclusion	42
Partie 2 : Sites Remarquables du Goût : ambivalences, écueils		44
	Problématisation	45
	Hypothèse 1 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme instigateur touristique	46
1.1.	Davantage axé autour d'un patrimoine qu'autour d'un produit	46
1.2.	Vers un développement territorial ?	47
1.3.	Une politique de communication	48
	Hypothèse 2 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme créateur d'aspects symboliques	49
2.1.	Regain d'appétence par le « local »	49
2.2.	Création et appropriation d'aspects symboliques	50
2.3.	Le label comme signe d'identification de la qualité et de l'origine	50
	Hypothèse 3 : Le label des Sites Remarquables du Goût comme récompense institutionnelle	52
3.1.	Sécurité ministérielle	52
3.2.	Tremplin institutionnel	53
3.3.	Recherche de légitimité	54
Partie 3 : Sites Remarquables du Goût : approches probatoires		55
1.	Terrain d'application	56
1.1.	Dimensions géographiques	56
1.2.	Dimensions humaines	57
2.	Méthodologies probatoires	58
2.1.	Questionnaire quantitatif	59
2.2.	Entretien ethnographique	60
2.3.	Focus group	62
2.4.	Observation participante	63
Conclusion générale		64
Bibliographie		65
Annexes		70

ANNEXES

TABLE DES ANNEXES

Annexe 1 : tableau comparatif des sites labélisés, des SIQO et de l'inventaire du PCI.....	73
Annexe 2 : Exemple de questionnaire pour enquête quantitative auprès de touristes en déplacement sur un site labélisé.....	76
Annexe 3 : Exemple de guide d'entretien avec un acteur clé d'une labélisation.....	77
Annexe 4 : Exemple de protocole de <i>focus group</i> concernant la représentation des produits alimentaires labélisés	80
Annexe 5 : Dossier de candidature au label des Sites Remarquables du Goût.....	83

Annexe 1 : Tableau comparatif des Sites labélisés, des SIQO et de l'inventaire du PCI

SRG et SIQO		
Liste SRG	SIQO	PCI
Ail rose de Lautrec	IGP + LR	
Amanderaie du Pithiviers	Néant	
Andouilles du Val d'Ajol	Néant	
Camembert de Normandie AOP	AOP (ce) + AOC (fr)	
Carpe frite du Sundgau	Néant	
Cassissium	IGP	
Champs d'ail de Billom	Néant	X
Chasselas de Moissac	AOP (ce) + AOC (fr)	X
Chataigne de Mourjou	Néant	
Chataigne du pays de Villefranche-Du-Périgord	Néant	
Chataigneraie de Privas	AOP (ce) + AOC (fr)	
Châteauneuf du Pape	AOC	X
Cognac de Grande Champagne	AOC	X
Cressonnières de Méréville	Néant	X
Figues de Vézénobres	Néant	
Fleur de sel et ses marais salants : l'Épine et Noirmoutier-En-L'Ile	Néant	
Fort des Rousses - Comté Juraflöre	AOP (ce) + AOC (fr)	
Fourme de Montbrison A.O.P.	AOP (ce) + AOC (fr)	X
Fromage A.O.P. Saint-Nectaire	AOP (ce) + AOC (fr)	X
Fromage A.O.P. Salers	AOP (ce) + AOC (fr)	X
Fromage de Beaufort	AOP (ce) + AOC (fr)	
Fromage de Comté A.O.P. à Poligny	AOP (ce) + AOC (fr)	
Fromage de Roquefort AOP Aveyron	AOP (ce) + AOC (fr)	
Fruits confits d'Apt	Néant	X
Huitres de Cancale	Néant	X
Huitres de l'Isle de Bouin	Néant	
Huitres et leur estran : la Guérinière	Néant	
Jambon de Luxeuil	Néant, mais dans les Salaisons du Haut-Doubs	
Kirsh de Fougerolles	AOC (fr) + IG (ce)	X

Labastide d'Armagnac	AOC (fr) + IG (ce)	X
Lentille verte du Puy-En-Velay	AOP (ce) + AOC (fr)	
Moules de Bouchot de Pénestin	STG	X
Noix de Martel A.O.P. Périgord	AOP (ce) + AOC (fr)	
Oignon doux des terrasses de l'Aigoual	AOP (ce) + AOC (fr)	
Oliveraie de Nyons	Huile d'olive + Olive, AOP (ce) + AOC (fr)	
Olivettes du pays de Nîmes	AOP (ce) + AOC (fr)	X
Poire de la Valloire	Néant	
Poiré et le calvados du bocage domfrontais A.O.P.	AOP (ce) + AOC (fr)	X
Poissons des Etangs de la Dombes	Néant	X
Pomme de terre et ses cultures: Noirmoutier-En-L'Ile	LR + IGP	
Pommes du Limousin	AOP (ce) + AOC (fr)	
Pruneaux des vergers de Saint-Aubin	IGP	
Route du cidre de Cambremer	AOC	
Safran du Quercy	Néant	
Salaisons de Lacaune	IGP	
Salaisons en tuyé des Portes du Haut-Doubs	Saucisse de Morteaux IGP Saucisse de Montbéliard IGP	X
Sardine de Saint-Gilles-Croix-De-Vie	LR	X
Sel de Guérande	IGP	
Sole et sa zone côtière : l'Herbaudière	Néant	
Taureau de Camargue des prés et marais de la Tour Carbonnière	AOP (ce) + AOC (fr)	
Truffe noire du Quercy à Lalbenque	Néant	X
Truffes du pays Uzège Pont du Gard	Néant	
Truffières du Tricastin	Néant	
Veau de lait du Pays d'Objat	IGP	
Bœuf charolais de Saulieu	AOP (ce) + AOC (fr)	
Viande Salers	LR	
Vignobles de l'A.O.C. Bugey Cerdon	AOP (ce) + AOC (fr)	
Vin rosé de Tavel	AOP (ce) + AOC (fr)	
Vins de Margaux	AOP (ce) + AOC (fr)	
Vins de Riceys	AOP (ce) + AOC (fr)	
Vins de Saint-Emilion	AOP (ce) + AOC (fr)	
Volailles de Bresse	AOP (ce) + AOC (fr)	

Légende :

	Production agricole
--	---------------------

	Boisson
--	---------

	Méthode de transformation
--	---------------------------

X	Présent sur la liste du PCI du Ministère de la Culture
LR	Label Rouge
AOP	Appellation d'Origine Protégée
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée
IGP	Indication Géographique Protégée

Le tableau prend en compte les nominations des Sites Remarquables du Goût, il ne tient pas rigueur des démarches en cours et tient date au 15/04/2024.

Exemple : Pour le safran du Quercy une demande d'IGP est en cours, elle n'est cependant pas référencée dans le tableau.

Annexe 2 : Exemple de questionnaire pour enquête quantitative auprès de touristes en déplacement sur un site labélisé

Madame, Monsieur,

Dans le cadre d'une étude scientifique concernant les pratiques alimentaires et la labélisation des produits, nous vous remercions de répondre aux quelques questions ci-dessous.

- Age :
- Département de résidence :

Au quotidien :

- Portez-vous de l'importance à la provenance de votre alimentation ?
 OUI NON
- Portez-vous de l'importance aux produits labélisés ? (Exemple : Label rouge, AOP, AOC, IGP...)
 OUI NON
- Connaissez vous le label des Sites Remarquables du Goût ?
 OUI NON

En vacances :

- Portez-vous de l'importance à la provenance de votre alimentation ?
 OUI NON
- Avant de partir en vacances, vous renseignez-vous concernant les spécialités culinaires de la région dans laquelle vous vous rendez ?
 OUI NON
- Lors de vos vacances, à quelle fréquence consommez-vous des spécialités culinaires dites régionales ?
 JAMAIS RAREMENT SOUVENT À CHAQUE REPAS
- Saviez-vous que le territoire sur lequel vous vous trouvez est labélisé par les Sites Remarquables du Goût ?
 OUI NON

Annexe 3 : Exemple de guide d'entretien avec un acteur clé d'une labélisation

Introduction :

Enquêteur : « *Merci de m'accorder ce moment, je vais commencer par vous rappeler quelques points. Cet entretien est enregistré à des fins uniquement universitaires et scientifiques. Il est anonyme, et je garantie l'anonymat de vos propos lors de sa diffusion.*

Je travaille actuellement sur les effets d'une labélisation des Sites Remarquables du Goût sur un territoire. Nous commencerons par des questions que nous nommons de cadrage où vous vous présenterez, et où vous explicitez votre parcours. Nous continuerons avec des questions concernant directement les Sites Remarquables du Goût et les démarches pour obtenir son label. Puis, nous terminerons par une discussion où vous nous parlerez de ses impacts sur votre territoire et de sa perception.

N'hésitez pas à me faire part de vos ressentis durant nos échanges, si vous souhaitez faire une pause, ou si vous ne vous sentez pas à l'aise à l'idée de répondre à l'une de mes questions. N'hésitez pas non plus à m'interrompre pour me faire part d'une remarque ou d'une éventuelle interrogation.

Dès que vous le souhaitez, et si cela vous convient, nous pouvons commencer. »

Guide des questions et des relances :

Thèmes abordés	Questions	Relances
Cadrage	<ul style="list-style-type: none">- Pouvez-vous vous présenter ?- Pouvez-vous présenter votre territoire ?	<ul style="list-style-type: none">- Age, origine, métiers des parents, étude, métier actuel Poste actuel, organisme, parcours professionnel- Profil type habitant, secteur d'activité dynamique, villes dynamiques, place de l'agriculture dans le développement territorial, géographie, politique, touristique ? Notoriété nationale ?

<p>Label et démarche de labélisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comment avez-vous découvert et connu le label des SRG ? - Comment vous êtes-vous dit que c'était une intéressant pour le territoire ? - Comment la labélisation s'est-elle déroulée ? - Votre produit et/ou territoire bénéficie-t-il d'un autre label ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Début des démarches, durée totale, difficultés rencontrées, coûts humains & financiers - Organismes, institutions à l'origine de la labélisation - Public ou privée - Appel à un tiers dans le diagnostic des besoins du territoire
<p>Impacts et effets</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comment la labélisation a-t-elle été perçu par la population, les commerçants, les producteurs ? - Quels sont les effets ressentis par vos organismes depuis l'obtention du label ? - Connaissez-vous, depuis, un (re)gain touristique ? - Les manifestations organisées en lien avec le produit bénéficient-elle d'une meilleure visibilité et reçoivent-elles plus de visiteurs ? - Avez-vous eu des déceptions après la labélisation ? - Des médias, personnes influentes vous ont-ils contactés depuis ? - Recommanderiez-vous à des sites présentant des caractéristiques communes au votre de commencer une procédure de labélisation SRG ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Eventuelles réticences - Court terme, moyen terme, long terme, - Economiques : gain ou perte - Éléments marquants, éléments qui ne se sont pas passés comme prévu, - Externalités positives, négatives - Notoriété nationale du produit - Commercialisation du produit à l'extérieur du territoire - Utilisation par des personnes ou des médias influents (Radio/TV) - Appel à un tiers dans le développement communicationnel

Conclusion :

Enquêteur : « *Avez-vous des éléments supplémentaires dont vous vouliez me faire part ? Avez-vous des questions ?* »

Merci beaucoup pour cet échange, pour le temps que vous m'avez accordé et pour votre collaboration, je reviens vers vous bientôt pour un retour. »

Annexe 4 : Exemple de protocole de focus group concernant la représentation des produits alimentaires labélisés

Introduction :

Enquêteur/Animateur : « *Bonjour à toutes et à tous,*

Merci d'être présent aujourd'hui pour cet atelier. Je commence par vous préciser quelques éléments. Le moment que nous allons passer ensemble est enregistré, il est anonyme et utilisé à des fins uniquement universitaires et scientifiques. Je m'engage à anonymiser l'ensemble de vos propos lors de la retranscription de l'atelier. Je suis accompagné d'un collègue pour m'aider dans l'organisation. Pour le bon déroulement de la recherche, je vous prie de bien vouloir signer le certificat de consentement quant à l'enregistrement de votre voix et à votre présence ici. Merci de bien vouloir compléter le questionnaire anonyme à votre disposition en y indiquant votre âge, votre commune de résidence, votre sexe et le revenu moyen mensuel de votre foyer. Une question porte sur vos habitudes alimentaires quant à la consommation de produits labélisés.

Les échanges que nous allons avoir doivent être établis dans un constant respect. Je vous prie d'être le plus naturel possible, d'être attentif aux questions et de ne pas vous couper la parole. Il est important d'argumenter vos choix. Chacun d'entre vous est important dans cette étude, n'hésitez pas à montrer vos désaccords, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.

Je travaille actuellement sur la labélisation des produits alimentaires, sur leur représentation et sur l'importance que vous leur accordez dans votre alimentation.

Je vais maintenant vous expliquer comment va se dérouler l'atelier. Vous êtes 16 et vous allez chacun votre tour, par groupe de 4, tirer au sort, passer 30 min autour d'une table sur laquelle se trouve un groupe de produit dans leurs emballages ainsi qu'un dispositif d'enregistrement. Les aliments sur votre table présentent un label ou n'en présentent pas. Sur chacune des 4 tables le label est différent, un des groupes de produits ne bénéficient d'aucun label. Une fois installé, par groupe, une question sera projetée au tableau. Vous devrez alors en discuter en argumentant votre réponse. Je rappelle que l'intérêt de l'atelier n'est pas que vous soyez d'accord à la fin de la discussion. Si vous l'êtes ce n'est pas un problème, mais le but n'est pas de convaincre, simplement d'exprimer vos ressentis. La question

affichée changera toutes les 10 minutes et la consigne reste la même. Une fois les 30 minutes écoulées, vous et votre groupe échangez de table avec un autre groupe. A la fin de l'atelier vous devez être passés sur chacune des tables.

N'hésitez pas à me faire part de vos ressentis durant vos échanges, si vous souhaitez faire une pause, ou si vous ne vous sentez pas à l'aise à l'idée de répondre à l'une des questions. Je passerai régulièrement vous voir afin de m'assurer que tout se déroule au mieux.

Si tout le monde est en accord avec ce que je viens d'énoncer, nous allons pouvoir commencer. »

Éléments complémentaires :

Produits alimentaires disposés sur les tables :

- Table 1 : Produits labélisés BIO
- Table 2 : Produits labélisés AOP/AOC
- Table 3 : Produits non labélisés
- Table 4 : Produits labélisés Sites Remarquables du Goût

Les questions affichées :

- Que pensez-vous personnellement du groupe de produit disposé devant vous ?
- Que représentent, pour vous, les produits bénéficiaires de ce label ?
- Quels sont les sentiments que les produits devant vous vous procure quant à leur consommation courante ?

Conclusion :

Enquêteur/Animateur : *« L'atelier touche à sa fin. Avez-vous des questions ? Avez-vous éventuellement des remarques à nous faire part ? Elles peuvent être de tout ordre. Je reste à votre disposition par mail ou par téléphone si jamais elles vous viennent plus tard.*

Je reviens vers vous rapidement pour vous présenter un retour concernant le moment que nous venons de passer ensemble.

Merci beaucoup pour votre présence et votre collaboration. »



Madame, Monsieur,

Afin d'évaluer la pertinence de **votre candidature** au **réseau** des **Sites Remarquables du Goût**, nous vous remercions de commencer par vérifier que vous répondez positivement aux six questions suivantes et de bien noter que l'envoi de ce formulaire vaut acceptation des conditions qui y sont développées.

- - Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût - -

Adresse : 17 rue de la cure 10340 Les Riceys / *SIRET* n° 440 205 789 00025 - *Tél*: (+33).6.75.75.86.78 6

Web: sites-remarquables-du-gout.fr - *Mail* : lessitesremarquablesdugout@gmail.com



1. Le produit alimentaire support de la reconnaissance demandée est :

2. Le patrimoine associé au produit (paysage et architecture) pour lequel la reconnaissance est demandé peut-être décrit ci-dessous :

3. Le nom du site pour lequel la reconnaissance est demandé a été choisi est :

4. La délimitation géographique peut être précisée ci-dessous :

5. La liste des acteurs associés pour déposer le dossier de candidature peut être dressée ci - dessous (en donnant éventuellement les familles d'acteurs) :

6. Nom de la personne qui remplit cette fiche, sa fonction et ses coordonnées complètes sont à noter ci-dessous. Cette personne sera le contact de la **Fédération Nationale** :

- - Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût - -

Adresse : 17 rue de la cure 10340 Les Riceys / *SIRET* n° 440 205 789 00025 - *Tél*: (+33).6.75.75.86.78 6

Web: sites-remarquables-du-gout.fr - *Mail* : lessitesremarquablesdugout@gmail.com



PREMIÈRE ÉTAPE

Une fois la fiche ci-dessus complétée, lui associer **une note de 4 pages**, une carte et des illustrations et envoyer l'ensemble par courrier.

La note de 4 pages doit permettre de répondre aux questions suivantes :

- **Le produit alimentaire choisi est-il emblématique localement ? Bénéficie-t-il d'une histoire ?**

Il faut notamment démontrer que le produit pour lequel la reconnaissance est demandée est vivant, qu'il est connu depuis de nombreuses années. La mise en évidence des signes d'origine et de qualité dont bénéficie le produit est ici essentielle. Le caractère identitaire et les qualités gustatives du produit seront décrites. L'utilisation de l'Inventaire du **Patrimoine Culinaire** de la Région est conseillée.

- **Le patrimoine associé au produit alimentaire est-il spécifique ?**

Il s'agit ensuite d'argumenter sur la présence d'un patrimoine identitaire fort. Directement lié au produit, le patrimoine doit provoquer l'émotion du fait d'une grande qualité paysagère et architecturale. Le patrimoine immatériel associé doit également être présenté.

- - Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût - -

Adresse : 17 rue de la cure 10340 Les Riceys / SIRET n° 440 205 789 00025 - Tél: (+33).6.75.75.86.78 6

Web: sites-remarquables-du-gout.fr - Mail : lessitesremarquablesdugout@gmail.com



- **Le patrimoine concerné a-t-il déjà fait l'objet d'actions de préservation et de valorisation ?**

Enumérer les démarches existantes ou en projet, permettant d'assurer la préservation, la gestion ou l'amélioration des qualités (classement, Z.P.P.A.U.P., cahier des charges A.O.C., charte paysagère ou plan de paysage, ...) sont décrites. Les savoir-faire spécifiques et les structures paysagères singulières sont décrits, toujours en lien avec l'activité de production.

- **Est-ce qu'un accueil permanent du grand public est proposé ?**

Les modalités d'accueil du grand public permettant de révéler l'accord exceptionnel entre le savoir-faire des hommes, le goût du produit, le patrimoine et le paysage qui lui sont associés, sont détaillées : conditions de visite, lecture de paysage envisagées, ateliers et classes thématiques développée, liens avec les hauts lieux touristiques voisins, capacités et qualités de l'hébergement et de la restauration de la proximité.

- **Est-ce que les acteurs réunis en association locale se sont dotés d'un projet ?**

La définition des échéances et des objectifs et l'esquisse d'un plan d'actions doivent être accompagnées de modalités d'observation et d'évaluation des résultats.

- **Est-ce que le projet développé s'inscrit dans une dynamique de territoire ?**

L'organisation territoriale locale (Pays, Communauté de communes, ...) est importante et amène à aborder les liens avec les Parcs (nationaux et régionaux), les Villes et Pays d'Art et d'Histoire lorsqu'ils existent.

- - Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût - -

Adresse : 17 rue de la cure 10340 Les Riceys / SIRET n° 440 205 789 00025 - Tél: (+33).6.75.75.86.78 6

Web: sites-remarquables-du-gout.fr - Mail : lessitesremarquablesdugout@gmail.com



Merci d'insérer un tableau de synthèse faisant clairement apparaître les étapes prévues dans le projet proposé mais aussi les grands chapitres du plan d'actions (formation des hommes notamment à la lecture de paysage, valorisation du patrimoine, sensibilisation à l'approche paysagère à sa compréhension et sa valorisation, mise en tourisme, organisation d'événements, ...).

Cette note sera transmise aux membres de la Commission d'Expertise, pour croiser les regards des représentants des ministères en charge de l'agriculture et de la pêche, de la culture et de la communication, du tourisme et de l'écologie et du développement durable. Avec l'avis de la Commission d'Expertise, les membres de la Commission d'Agrément, également membres du Conseil d'Administration de la Fédération nationale, décideront de poursuivre ou non et donc de demander ou non la présentation d'un dossier de candidature.

SECONDE ÉTAPE

Un courrier signé du président de la **Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût** arrêtera une date de visite de terrain et précisera les points à traiter dans le dossier.

Ce courrier sera accompagné d'une facture de 1000 euros émise par la Fédération Nationale pour participation aux frais de candidature. Le site demandeur devra également prendre en charge un forfait hébergement (1 nuit) restauration (dîner, petit-déjeuner, déjeuner) pour 4 personnes.

- L'analyse du dossier de candidature par les membres des Commissions d'Expertise et de Reconnaissance sera l'occasion de vérifier le niveau de réponse aux critères;

- - Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût - -

Adresse : 17 rue de la cure 10340 Les Riceys / SIRET n° 440 205 789 00025 - Tél: (+33).6.75.75.86.78 6

Web: sites-remarquables-du-gout.fr - Mail : lessitesremarquablesdugout@gmail.com



- La visite de terrain permettra aux membres de la Commission de Reconnaissance de mesurer l'implication des acteurs locaux mais sera aussi considérée comme une mise en situation d'accueil.

Les membres de la **Commission de Reconnaissance** rédigent un rapport qui permet aux membres du **Conseil d'administration de la Fédération Nationale** d'accepter ou non la candidature.

La reconnaissance est donnée sur la base d'une situation établie, non d'une ambition. Lorsque la candidature est jugée légitime mais qu'un ou plusieurs points restent à développer, un appui des services déconcentrés des ministères peut notamment être proposée. L'accompagnement vers la reconnaissance porte sur une période probatoire, directement liée à l'échéancier du plan d'actions proposé dans la candidature.

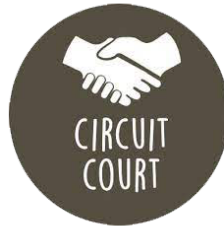
La reconnaissance est signifiée par un courrier signé du président de la **Fédération Nationale des Sites Remarquables du Goût**.

Elle implique la constitution d'une association et son adhésion à la **Fédération Nationale** et au respect de ses statuts et de son éventuel Règlement Intérieur.

- - Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût - -

Adresse : 17 rue de la cure 10340 Les Riceys / *SIRET* n° 440 205 789 00025 - *Tél*: (+33).6.75.75.86.78 6

Web: sites-remarquables-du-gout.fr - *Mail* : lessitesremarquablesdugout@gmail.com



Plusieurs ministères sont partenaires de la Fédération :

Ministères en charge de la culture, de l'agriculture, du tourisme et de l'environnement.



Soutenu
par



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**Patrimoine
Culturel
Immatériel
en France**

connaître, pratiquer, transmettre



- - Fédération Nationale des associations locales des Sites Remarquables du Goût - -

Adresse : 17 rue de la cure 10340 Les Riceys / *SIRET* n° 440 205 789 00025 - *Tél*: (+33).6.75.75.86.78 6

Web: sites-remarquables-du-gout.fr - *Mail* : lessitesremarquablesdugout@gmail.com

Les politiques publiques de valorisation du patrimoine culturel immatériel alimentaire : le label des Sites Remarquables du Goût.

RÉSUMÉ

Le label des Sites Remarquables du Goût s'ancre dans une tendance à la labélisation propre aux politiques publiques étatiques. Apparue en 1994, il tente de distinguer par son logotype des territoires présentant un lien fort et indissociable avec un patrimoine culturel immatériel alimentaire. Les sites Remarquables du Goût créditent alors des productions agricoles, des méthodes de transformation et des boissons alcoolisées. Cependant, il s'intègre dans une multi-labélisation en considérant le patrimoine bâti de la commune ou du lieu-dit labélisé. De plus, le label s'est construit dans un processus d'interministérialisation et connaît depuis d'importantes modifications fonctionnelles. C'est pourquoi nos interrogations concernent ses enjeux, ses attentes et sa légitimité.

Mots clés : Label, Labélisation, Patrimoines, Patrimoines alimentaires, Politiques publiques alimentaires.

Public promotion policies of immaterial food heritage: The Sites Remarquables du Goût certification label.

ABSTRACT

The Sites Remarquables du Goût certification label anchors itself in a labeling trend specific to state public policies. Created in 1994, it tries to stand out through its states logotype by displaying a strong and indivisible link with the immaterial cultural food heritage. The Sites Remarquables du Goût credit some types foods, transformations methods and alcoholics beverages. However, it fits in the multi-labeling taking in account the municipality-built heritage. Furthermore, the certification label built itself through an interministerialisation process and now know many functional changes. This is why we question ourselves regarding the stakes, its expectations, and its legitimacy.

Key words: Certification label, certify, heritages, food heritages, public food policies.