

***The Taste of Place : A Cultural Journey into Terroir*, d’Amy Trubek¹
Compte rendu de lecture par Christy Shields-Argelès**

Amy Trubek a eu d’abord une formation de chef cuisinier, puis d’anthropologue – deux domaines où elle peut également être rangée dans la catégorie des francophiles confirmés. Dans la préface de son premier livre, elle raconte son premier repas dans un restaurant français – l’établissement s’appelait Le Français, dans la banlieue de Chicago –, expérience déterminante à laquelle elle fait remonter sa vocation de chef. Durant sa formation au Cordon bleu, à Londres, puis au fil de ses expériences professionnelles dans les cuisines de restaurants à travers le monde, la France a continué à la « hanter », dit-elle, par son omniprésence dans l’univers de la gastronomie : dans la langue, mais aussi les recettes, les techniques, les uniformes, etc. C’est pour cela qu’elle s’est lancée dans des études d’anthropologie et qu’elle a consacré sa thèse de doctorat (et, ainsi, son premier livre) à la façon dont les Français ont « inventé » la haute cuisine et ses métiers².

Dans son dernier livre, *The Taste of Place : A Cultural Journey into Terroir*, Amy Trubek continue à tirer parti de sa double expertise de chef et d’anthropologue et à s’inspirer de la France. Cependant, elle ajoute cette fois-ci le rôle de militante à ses différentes casquettes, dans la mesure où son ouvrage est avant tout un appel au public américain à prendre conscience de l’existence, aux Etats-Unis, d’un « goût du terroir » ou d’une « saveur des lieux » spécifiques qu’il s’agirait de continuer à développer. Dans les deux premiers chapitres, Trubek explore l’histoire du concept de terroir ainsi que la signification et l’utilisation du terme aujourd’hui en France. Après cela, elle retourne pour ainsi dire sur le sol américain, où elle reste pratiquement pour le restant de l’ouvrage. Dans une espèce de traversée du continent américain à l’envers, elle commence son odyssee en Californie, parmi les vigneron et les chefs de la « contre-cuisine » (chapitre 3 : California Dreaming)³. Puis elle se rend en plein coeur du Midwest (à Madison, dans le Wisconsin) pour rendre visite à un chef qui s’est fait le champion d’une « cuisine du terroir » spécifiquement américaine (chapitre 4 : Tasting Wisconsin : A Chef’s Story). Elle finit son voyage sur la côte Est, du côté du « Vermont Fresh Network », un partenariat entre agriculteurs et chefs restaurateurs

¹ University of California Press, 2009 (California Studies in Food & Culture)

² Amy Trubek, *Haute Cuisine : How the French Invented the Culinary Profession*, Philadelphie, University of Pennsylvania Press, 2000. Amy Trubek a présenté un chapitre de ce livre à Paris, en 2005, lors d’un colloque dont les actes ont depuis été publiés : Françoise Hache-Bissette et Denis Saillard (éd.), *Gastronomie et identité culturelle française : discours et représentations (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Nouveau Monde Editions, 2007. Un compte rendu de ce colloque est en ligne sur le site de l’Ocha : <http://www.lemangeur-ocha.com/auteurs/detail/auteur-texte/0/la-gastronomie-entre-lart-et-la-science-et-les-discours-et-representations-colloque-internationale/disp/>

³ Le mouvement de la « contre-cuisine » est issu de la contre-culture des années 1960. Il a permis de remettre en cause et de repenser la conception dominante du rapport à l’alimentation aux Etats-Unis. Pour une introduction générale au phénomène, cf. Harvey Levenstein, *Paradox of Plenty : A Social History of Eating in Modern America*, Oxford, Oxford University Press, 1993 et Warren Belasco, *Appetite for Change : How the Counterculture took on the Food Industry 1966-1988*, New York, Pantheon Books, 1989.

qui fait le lien entre valeurs agricoles et saveur des lieux (chapitre 5 : Connecting Farmers and Chefs in Vermont). Puis elle conclut par une déclaration en faveur de la saveur des lieux dans un monde dominé par les marques (chapitre 6 : The Next Phase : Taste of Place or Brand ?).

En quoi l'ouvrage d'Amy Trubek est-il intéressant pour un public français ?

D'abord le fait que Trubek organise ses analyses autour de l'histoire de gens, de lieux et de pratiques ordinaires aux Etats-Unis. Cela rend le livre agréable à lire et permet en outre de découvrir des personnalités et des secteurs du paysage culinaire américain que nombre de Français (mais aussi d'Américains, à vrai dire) ne connaîtraient sinon jamais. Par-là, l'ouvrage amène à réfléchir à la façon dont la notion de terroir voyage de par le monde et s'implante dans des lieux auxquels peu de Français auraient pu s'attendre⁴. Il brosse en effet un portrait agréablement détaillé d'hommes et de femmes engagés à titres divers dans le monde de la contre-cuisine américaine, un monde largement méconnu en France mais qui n'a cessé de prendre de l'ampleur et de s'affirmer lors des dernières décennies. Comme nous le verrons, ces acteurs sont souvent fortement influencés par le modèle français ; face au discours sur l'influence du modèle américain de production et de consommation alimentaire en France, il peut être rafraîchissant de voir un modèle plus spécifiquement français exercer une influence aux Etats-Unis.

En outre, l'adoption des modes de pensée et des techniques du terroir aux Etats-Unis s'inscrit dans la vague montante, dans les pays industrialisés ou post-industrialisés, de ce que l'on pourrait appeler les mouvements globalisés de l'alimentation gastronomique, mouvements qui mettent en avant des choses comme l'alimentation locale, l'agriculture durable, les arts culinaires et les plaisirs de la table. Il peut être intéressant de se demander quel rôle la notion française de terroir joue sur cette scène internationale, et l'ouvrage de Trubek apporte des éléments de réponse. On peut bien sûr aussi se demander si cette notion est transposable à l'étranger, tant elle est intimement liée à l'histoire de la France comme à ses produits, ses institutions et ses pratiques, sans même parler de son identité culturelle. En tant qu'anthropologue, Trubek est consciente de cette complexité, mais elle considère en même temps que la notion de terroir ou de « goût du terroir » renvoie à quelque chose de profondément universel, une idée qu'elle s'efforce de distiller, de conditionner et de vendre au public américain. Dans ce compte rendu, nous explorerons la façon dont elle s'y prend. Comme dans d'autres comptes rendus écrits pour ce site, nous procéderons de manière assez systématique, en nous attardant un peu sur chaque chapitre et en donnant plus de détails qu'un compte rendu habituel, en particulier pour les lecteurs qui auraient des difficultés à prendre connaissance de l'ouvrage en anglais.

⁴ Amy Trubek fait effectivement partie d'un nombre croissant d'universitaires américains qui s'intéressent au concept de terroir. Lors de la conférence annuelle de 2008 de l'ASFS (Association for the Study of Food and Society), le terroir a représenté un des sujets majeurs de discussion. Un compte rendu de cette conférence est également disponible sur le site de l'Ocha : <http://www.lemangeur-ocha.com/auteurs/detail/auteur-texte/0/alimentation-et-societe-meeting-annuel-de-la-asfs-et-de-lafhvs-texas-juin-2003/disp/>

Cf. « Des idéaux alimentaires aux indications d'origine géographique : les tendances actuelles de la recherche sur l'alimentation aux États-Unis », par Christy Shields-Argelès. : http://www.lemangeur-ocha.com/fileadmin/images/compte_rendu/NL-CR-conference-ASFS.pdf

Le terroir ou comment parler aux Américains d'une catégorie culturelle très française

Dans le premier chapitre (Place Matters), Trubek commence par affirmer que le terroir est une catégorie culturelle qui informe à la fois les perceptions et les pratiques et qu'il constitue de ce fait une vision du monde spécifiquement française. Elle analyse ensuite cette vision du monde en s'appuyant sur divers travaux historiques et sociologiques et sur sa propre expérience dans l'Hexagone. Si la plupart des informations qu'elle apporte dans ce chapitre n'ont rien de bien nouveau pour un public français (par exemple les aperçus qu'elle donne de l'histoire et du fonctionnement de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) ou des AOC, de l'essor et de l'importance de la cuisine régionale, des projets éducatifs comme la « semaine du goût », etc.), la façon dont elle les organise et les présente à un public américain est intéressante. En effet, elle ne se contente pas d'illustrer la spécificité française du terroir, elle se concentre aussi sur des types d'acteurs, de processus et d'institutions qu'elle s'efforcera ensuite, dans les chapitres ultérieurs, de transposer au contexte américain. Du coup, ce premier chapitre introduit la plupart de ses idées et arguments et apparaît à bien des égards comme une espèce de modèle historique que les militants de l'alimentation américains n'auraient plus qu'à suivre.

Ainsi, Trubek commence par explorer la façon dont, en France, aux 19^e et 20^e siècles, « les faiseurs de goût – journalistes, auteurs de livres de cuisine, chefs – et les producteurs de goût – fromagers, vignerons, pâtisseries, cuisiniers – sont parvenus à influencer la manière qu'avaient les gens de goûter et d'apprécier le vin et la nourriture » (Trubek 21). Prenant l'oeuvre de Vidal de La Blache comme exemple, elle montre que ces acteurs ont joué un rôle clef dans la création d'un nouveau langage du goût et dans la préservation de nombreuses pratiques et valeurs agricoles traditionnelles menacées de disparition par la modernisation rapide qui affecte alors la France. Elle souligne également le fait que ces producteurs et faiseurs de goût ont obtenu le soutien de l'Etat, acteur central du développement et de la préservation d'une saveur des lieux. S'appuyant sur les travaux de Kolleen Guy sur le champagne⁵, elle décrit les efforts des vignerons pour impliquer le gouvernement français dans l'institutionnalisation du terroir, ceux-ci culminant dans la création de l'INAO en 1935. Puis, à partir des travaux d'Elisabeth Barham, elle montre le rôle déterminant que ces organismes ont joué dans la légitimation et le renforcement de pratiques agricoles traditionnelles et d'un rapport spécifique à la nature⁶. Le soutien de la puissance publique est essentiel, car il permet de codifier le local au niveau national et, ainsi, d'avoir un impact sur un marché global (une façon exemplaire, à ses yeux, de « penser localement et agir globalement », pour reprendre la formule d'un certain militantisme américain). Trubek insiste également sur le fait que le processus de certification AOC implique une grande variété d'acteurs (producteurs agricoles, scientifiques, spécialistes en sciences sociales, etc.). Sans prendre explicitement position, elle souligne ici, comme ailleurs dans l'ouvrage, le rôle important joué par l'intervention de l'Etat au sein d'un mouvement collectif plus large, sachant que le lecteur américain est plus souvent qu'à son tour méfiant à l'égard du « Big Government ».

⁵ Kolleen Guy, *When Champagne Became French : Wine and the Making of a National Identity*, Baltimore, John Hopkins University Press, 2003.

⁶ Elisabeth Barham, « Translating Terroir : The Global Challenge of French AOC Labeling », *Journal of Rural Studies*, 19, 2003, p. 127-138.

Dans ce premier chapitre, Trubek traite également du développement de la cuisine régionale. Elle présente en particulier Curnonsky et la façon dont ce dernier a popularisé les produits et les plats ruraux au début du vingtième siècle. Curnonsky représente un exemple parfait de ce qu'elle mettra en avant plus tard dans l'ouvrage : le développement d'une voie médiane entre les valeurs sociales et l'esprit d'entreprise. Puis elle termine le chapitre par la description de diverses initiatives éducatives, en particulier la « semaine du goût ». Elle met l'accent sur le rôle majeur que joue l'existence de consommateurs éclairés dans le développement et la préservation d'un goût du terroir. Elle écrit : « Cette convergence d'organismes publics, d'instances éducatives, de faiseurs de goûts et d'entreprises agro-alimentaires unis par le désir d'encourager la formation au goût chez les enfants des écoles, symbolise bien la façon unique de voir l'alimentation en France, où saveurs, lieux et agriculture s'entremêlent » (p. 49). Le consommateur, à ses yeux, joue également un rôle important, dans la mesure où il accepte de payer davantage pour des produits de qualité, idée qui vise de nouveau la conception du « more-for-less » de son public américain.

Le terroir et la science, deux types de légitimité en compétition au niveau du monde

Dans le chapitre 2 (*Wine is Dead ! Long Live Wine !*), Trubek commence par définir les conceptions concurrentes du terroir sur la scène mondiale – l'une fondée sur la science, l'autre sur la culture – et par examiner la façon dont elles en sont venues à s'affronter lors de la bataille transatlantique maintenant connue sous le nom d'« affaire Mondavi ». Pour rappeler brièvement les faits : dans les années 1990, la famille Mondavi, de la vallée de Napa en Californie, est venue acheter des terres dans le Languedoc-Roussillon pour y produire un vin de qualité sur le territoire français. Trois ans plus tard, face à une résistance locale acharnée, elle était contrainte d'abandonner le projet. Si cette histoire, aux Etats-Unis, a souvent été présentée comme un pur exemple d'antiaméricanisme (et, en France, comme la résistance d'un petit village gaulois face à l'envahisseur impérialiste), elle met surtout en évidence, pour Trubek, la façon dont les Américains (y compris les experts du vin, à son avis) se méprennent sur la notion de terroir en France. Trubek rappelle ainsi qu'il s'agit d'une notion culturellement complexe, qui renvoie à la terre elle-même, mais aussi aux habitants, aux pratiques et aux paysages de la région concernée. Mais si elle a sans aucun doute raison de demander à son public américain de remettre en cause ses idées préconçues et de comprendre que le terroir est bien davantage qu'un terme technique utilisé par les experts en vin, il me semble également qu'elle rate peut-être là une occasion de revenir sur la façon dont cette notion culturelle complexe s'est constituée en partie par rapport à une certaine conception des Etats-Unis. Quoi qu'il en soit, à la fin de ces deux premiers chapitres, le voyage américain peut commencer.

Selon Trubek, la Californie ressemble à la France dans la mesure où elle est une des régions agricoles les plus riches du pays, dotée en outre d'une longue tradition d'agriculture diversifiée. C'est là, par ailleurs, que se trouve le gros de l'industrie viticole américaine. Et c'est là que Trubek fait débiter son 3^e chapitre (*California Dreaming*). Au début du 20^e siècle, l'industrie viticole californienne, alors naissante, a été en grande partie détruite par la prohibition, et, la plupart des petits vignobles ayant fait faillite, elle ne s'en est pas complètement remise avant les années 1970 : « L'industrie viticole californienne contemporaine n'a donc eu ni le bonheur ni le malheur (selon le point de vue) d'hériter d'une longue tradition de pratiques viticoles ou oenologiques, ni de formes de régulation, de surveillance ou de subvention publiques » (p. 100). Pour Trubek, c'est en partie à cause de cet héritage que le monde du vin, en Californie, reste extrêmement diversifié. La notion de qualité elle-même fait l'objet de débats intenses et de définitions variées ; les données

scientifiques, les pratiques viticoles et les valeurs culturelles s'y mêlent de différentes façons et à des degrés divers. Trubek l'illustre en décrivant quelques-uns des vignobles mitoyens qu'elle a visités dans la vallée de Dry Creek. Ainsi, juste à côté de la propriété familiale A. Rafanelli, se trouve un des grands domaines de l'entreprise viticole Gallo, qui met l'accent sur la maîtrise technique de la nature et le savoir-faire commercial.

Au sein de cette diversité, on trouve en Californie des vignerons (souvent étiquetés « tendance Ancien Monde ») qui adhèrent à la notion de terroir et ont pour objectif de « prendre soin de la nature » plutôt que de chercher à s'en procurer le contrôle ou la maîtrise technologiques. Trubek en présente un : Randall Grahm, propriétaire du Bonny Doon Vineyard. Grahm, qui avait découvert le vin lors d'un voyage en Allemagne où, inscrit en philosophie à l'Université de Californie, il était venu étudier Heidegger, Hegel et Nietzsche, décida à son retour de ne pas devenir philosophe mais producteur de vin, et fit des études d'oenologie à l'Université de Californie à Davis. A partir de ce moment-là, à l'en croire, sa religion était faite – et peu importe si ce point de vue n'était pas partagé par ses pairs à l'époque : les Européens « savaient ce qu'ils faisaient » (p. 121). Si Grahm est parfois considéré comme « un iconoclaste, un hippie de Santa Cruz qui s'affranchit des conventions et du bon sens » (p. 115), Trubek pense cependant qu'il « a une manière claire, imaginative et féconde de penser ce que le terroir pourrait signifier aux Etats-Unis » (p. 116). Grahm, qui a démarré son exploitation en 1990 en recourant à des pratiques viticoles conventionnelles, est ensuite passé à des méthodes biodynamiques en 2002 (avec l'aide, en particulier, de consultants français). Comme pour la plupart de ces « producteurs de goût » ou « faiseurs de goût » qu'elle présente dans son ouvrage, Trubek caractérise la démarche de Grahm d'expérimentale, de « work in progress ». Quant à Grahm, il se sent en accord avec lui-même, même s'il a le sentiment que son vin n'est pas encore à la hauteur de celui de ses homologues européens.

Trubek consacre la deuxième partie de son chapitre californien au mouvement du « local food ». Elle l'associe en particulier à l'essor de la désormais célèbre « cuisine californienne », née du mouvement de la contre-culture des années 1960, pour qui l'origine locale des produits est essentielle. Il est intéressant de noter que, comme Grahm, de nombreuses figures de ce mouvement font référence à une expérience marquante de leur jeunesse (en Europe et, plus particulièrement, en France) les ayant détournés des idéologies et pratiques alimentaires dominantes aux Etats-Unis. C'est le cas, par exemple, pour Alice Waters, propriétaire du restaurant Chez Panisse à Berkeley et représentante la plus visible et la plus influente du mouvement culinaire californien⁷. Waters, en effet, a séjourné en France en tant que jeune femme – une expérience qu'elle qualifie de « révélation » – avant de retourner aux Etats-Unis et de s'y faire l'avocate d'une cuisine simple et délicieuse (fortement influencée par la France) fondée sur l'utilisation de produits locaux frais et de qualité. Elle est largement reconnue aujourd'hui comme la figure de proue de ce que l'on appelle la « révolution du délicieux ». Son restaurant a été parmi les premiers à mettre en place un large réseau d'approvisionnement mobilisant des producteurs et des artisans locaux⁸. Trubek

⁷ Sur Alice Trubek, cf. en particulier Charlotte Biltekoff, *Hidden Hunger : Eating and Citizenship from Domestic Science to the Fat Epidemic*, thèse de doctorat, Brown University, 2006 et Thomas McNamee, *Alice Waters and Chez Panisse : The Romantic, Impractical, Often Eccentric, Ultimately Brilliant Making of a Food Revolution*, New York, Penguin Books, 2007.

⁸ Ce système est maintenant bien implanté et continue de se développer, au restaurant d'Alice Waters comme dans le reste du pays. Le New York Times publiait récemment un article sur

interviewe d'autres personnes partageant ce genre d'expériences et de philosophie, comme par exemple Fran Gage, ancienne propriétaire de Fran Gage's Pâtisserie Française à San Francisco, ou Judy Rodgers, propriétaire du Zuni Café dans la même ville. Selon Trubek, l'histoire de ces femmes reflète également certaines des difficultés auxquelles le développement du goût est confronté aux Etats-Unis. Elles se retrouvent ainsi parfois critiquées pour leur « élitisme » ou pour « l'entrave à la liberté individuelle » que leur mouvement impliquerait. Waters se voit reprocher de prêcher une voie unique vers la qualité. Enfin, si la qualité et la diversité des ingrédients disponibles se sont grandement améliorées au cours des vingt dernières années (Trubek, à titre d'exemple, donne un aperçu de l'histoire et du fonctionnement du Ferry Building Marketplace, fondé en 2003 à San Francisco), les avis divergent encore sur la question de savoir si la cuisine californienne constitue une véritable cuisine régionale ou pas.

Selon Trubek, il y a deux modèles concurrents permettant de se situer vis-à-vis de l'alimentation aux Etats-Unis : « Le premier modèle part de l'idée que nos modes de vie modernes ont pour conséquence inévitable l'existence d'une chaîne alimentaire industrialisée, mondialisée et intégrée, le deuxième de l'idée que, dans le passé, la chaîne alimentaire était quelque chose de connaissable, qu'elle s'appuyait sur une communauté et que, en un sens, elle était plus pure » (p. 141). Si ces deux modèles sont en général considérés comme incompatibles, Trubek pense qu'il est temps pour les Américains de chercher une voie médiane, d'aller voir du côté de ce « modèle alimentaire émergent qui combine les valeurs sociales et l'esprit d'entreprise » (p. 142). Les restaurants gastronomiques régionaux sont un des lieux importants où se développent de telles démarches ; ils font l'objet du chapitre suivant (chapitre 4 : Tasting Wisconsin), consacré à Odessa Piper et à son restaurant, L'étoile, situé à Madison, dans le Wisconsin.

Le goût du Wisconsin : le frais, le local, l'importance de l'environnement et du lien social

Comme un certain nombre d'autres personnalités présentées dans l'ouvrage, Piper a participé au mouvement de la contre-culture des années 1960. Elle n'a pas suivi de formation pour devenir chef, mais découvert la force des ingrédients frais et de la cuisine régionale en vivant dans une commune dans le New Hampshire et en travaillant dans une ferme bio dans le Wisconsin. Elle a été largement influencée elle aussi par le modèle français, même si elle n'est jamais allée en France : les premiers temps, elle et sa mentor de l'époque, JoAnna Guthrie, la propriétaire de la ferme bio, « faisaient littéralement la cuisine à partir de *Mastering the Art of French Cooking*, de Julia Childs » (p. 153). Comme Chez Panisse, L'étoile, le restaurant de Piper, est fondé sur le principe de relations étroites et soigneusement entretenues avec des paysans et artisans locaux. L'objectif est également d'éduquer la clientèle (peut-être le terme convertir serait-il d'ailleurs plus approprié) : aux murs de L'étoile, il y a ainsi une carte du Wisconsin piquée de soixante punaises rouges

Asiya Wadud, étudiante en sociologie urbaine et ancienne barman chez Panisse devenue aujourd'hui « glaneuse urbaine » et organisatrice d'un système local d'échange de fruits baptisé « Forage Oakland » (glaner à Oakland) : cf. Kim Severson, « Neighbor, Can you Spare a Plum ? », The New York Times, 10 juin 2009.

accompagnées de fiches identifiant les fournisseurs du restaurant⁹. S'il est clair, pour Trubek, que ce genre de cuisine n'a pas investi tous les foyers américains, elle considère cependant que le réseau de restaurants et de fournisseurs lancé par des gens comme la fondatrice de L'Etoile est en essor. Dans le cas de Piper, d'autres restaurants de Madison et de Chicago passent commande auprès de ses fournisseurs, et deux de ses anciens chefs ont ouvert leur propre restaurant. Piper elle-même a vendu son restaurant à une de ses chefs, Tory Miller, qui prolonge sa démarche.

Ce qui est particulièrement frappant, dans ce chapitre comme dans d'autres, c'est le rôle central joué par une idéologie plus vaste (liée au mouvement de la contre-culture) qui place systématiquement l'environnement, le goût, la communauté et le lien social au-dessus de valeurs comme le profit, l'individualisme ou la rationalisation. Ainsi, Piper affirme que, dans ses diverses entreprises – aider une amie à ouvrir une pâtisserie française à Madison, démarrer son propre restaurant – elle n'a jamais été guidée par le désir de diriger des gens ou de gagner de l'argent. Ses objectifs, dit-elle, ont toujours consisté à « préserver la terre, bien faire la cuisine, civiliser les Américains et contribuer à la paix » (p. 147). Tory Miller, la nouvelle propriétaire de L'étoile, présente les choses ainsi : « Beaucoup de gens veulent préserver leur pouvoir – mais pour moi, si tout le monde apporte sa contribution, ce sera mieux à long terme. C'est comme cela que je conçois l'impact de L'étoile sur la communauté. J'aime la sensation de communauté qui en résulte » (p. 168).

Le Vermont Fresh Network (VFC), une voie médiane entre l'utopisme agraire et le capitalisme commercial

Dans le chapitre 5 (Connecting Farmers and Chefs in Vermont), Trubek examine la naissance et le développement du « Vermont Fresh Network » (VFN), réseau de produits frais du Vermont. Les rapports de Trubek avec le VFN remontent à l'époque où, pendant huit ans, elle a été formatrice pour apprentis chefs au New England Culinary Institute, une des institutions impliquées dans l'émergence du réseau. Trubek a également rempli pendant presque deux ans les fonctions de directeur exécutif du VFN. Elle a donc pu observer de près les réussites et les défis liés à une telle entreprise, expérience qu'elle partage ici avec le lecteur.

VFN est la première association à but non lucratif de l'Etat du Vermont à :

- 1) promouvoir des partenariats directs entre paysans locaux et restaurateurs,
- 2) s'efforcer d'éduquer les consommateurs aux produits et aux goûts régionaux,
- 3) faire tout cela dans le but de préserver et promouvoir les petites exploitations agricoles et les paysages ruraux du Vermont.

Pour Trubek, le VFN illustre une fois de plus la démarche consistant à « emprunter une voie médiane entre l'utopisme agraire et le capitalisme commercial dans le but de créer un goût du terroir » (p. 180). Le VFN est particulièrement intéressant en ce qu'il fournit un exemple d'engagement des pouvoirs publics puisqu'il a été créé et géré par le Ministère de l'agriculture de l'Etat du Vermont (même si, en 2000, il s'est transformé en organisation autonome dotée d'instances de direction propres). Une fois de plus, Trubek décrit la

⁹ Si Trubek n'en parle guère, les efforts éducatifs représentent un aspect très important de la démarche de femmes comme Waters ou Piper. Cf. par exemple l'initiative de Waters baptisée « The Edible Schoolyard » (<http://www.edibleschoolyard.org>).

coopération d'organismes gouvernementaux et d'individus oeuvrant à la constitution d'un réseau de producteurs de goût, de faiseurs de goût et de consommateurs.

Dans ce chapitre (comme la majeure partie de l'ouvrage), Trubek fait preuve d'un état d'esprit optimiste et considère que là où il y a une volonté, le reste suit. Certes, elle est la première à reconnaître et à décrire les difficultés et les défis auxquels VFN est confronté, des questions de logistique quotidienne à l'existence de différences et malentendus culturels ou professionnels plus larges. En effet, acheminer les produits d'une ferme à un restaurant est en permanence un problème dans un Etat largement montagneux et rural comme le Vermont. De même, si les restaurateurs et les agriculteurs sont d'accord sur le sens général de ce qu'ils font, ils pensent et vivent l'alimentation de façon très différente, ce qui rend parfois leur coopération délicate. Mais on a quelquefois le sentiment que Trubek ne mentionne ces difficultés que pour souligner combien il est possible, avec un peu d'imagination et beaucoup de travail, de les surmonter. Dans ce chapitre, elle explique ainsi que VFN s'appuie sur des technologies comme l'Internet pour diminuer les problèmes de commande et de distribution et sur toute une série d'autres outils (conférences communes, prospectus d'information) pour aider paysans et restaurateurs à se comprendre. Aujourd'hui, le VFN compte plus de 100 participants. D'autres organisations, dans d'autres régions agricoles des Etats-Unis, ont pris exemple sur lui pour tenter de diversifier le marché et de développer l'articulation entre fermes et restaurants. Trubek espère que ce n'est là qu'un début : « A mesure que ces organisations introduisent une telle vision de l'alimentation dans les différentes régions du pays, les valeurs et les pratiques vont peut-être se transformer et peut-être que nous aussi allons nous convertir au goût du terroir » (p. 187).

Du sirop d'érable du Vermont à l'AOC fromage de Rocamadour : oui au marketing mais avec une définition des conditions de production

Dans le dernier chapitre (The Next Phase : Taste of Place or Brand ?), Trubek présente un dernier argument en faveur d'une définition de l'alimentation par les terroirs plutôt que par les marques. Elle insiste sur le fait que les Etats-Unis ont besoin d'une législation qui définisse clairement et protège les méthodes de production, et elle s'appuie sur le cas du sirop d'érable du Vermont pour l'illustrer. Le sirop d'érable est un produit alimentaire clairement lié à un lieu, dans la mesure où il vient d'un arbre qui ne pousse que dans certaines parties des Etats-Unis et du Canada et qui requiert peu de soin. Le sirop, quant à lui, n'a pas besoin d'être beaucoup traité ou transformé, mais exige un savoir-faire important. Le Vermont est célèbre pour son sirop ; les bouteilles portent clairement le nom de l'Etat et sont ornées de l'image d'un chalet en bois dans la forêt, évocatrice d'un Vermont traditionnel. Selon Trubek, cependant, la réglementation publique n'établit aujourd'hui aucun lien fort entre goût et lieu d'origine. Le sirop « du Vermont », en effet, est parfois mélangé à d'autres sirops en provenance d'autres états américains ou du Canada. De la même façon, le sirop se répartit en trois catégories : « fancy » (de qualité, le plus léger), « medium amber » (moyennement ambré) et « dark amber » (ambré). Les différents terroirs où poussent les arbres et leurs effets sur le goût du sirop ne font pas l'objet d'une attention spécifique, même si Trubek est engagée avec d'autres experts dans un travail destiné à les identifier. Selon elle, toutefois, « si le sirop d'érable pourrait être en mesure d'incarner la saveur d'un lieu aux Etats-Unis, pour finir, il est surtout devenu un élément de la 'marque Vermont'. La réglementation et la commercialisation du sirop d'érable reposent sur des standards de saveur et de pureté assez larges, voire même génériques, et elles relient toujours ce produit – où qu'il soit fait aux Etats-Unis et quelle que soit la méthode utilisée – avec ce que l'on pourrait appeler la

‘vermontitude du Vermont’ » (p. 221). Trubek poursuit en montrant qu’on peut observer en France des démarches similaires de commercialisation d’un lieu par la marque. Le fromage AOC Cabécou de Rocamadour, par exemple, utilise largement les images du village de Rocamadour sur ses étiquettes et ses brochures alors qu’il n’est pas fabriqué là. Dans les deux cas, il s’agit donc de tirer parti de la nostalgie pour le passé rural d’un lieu. Trubek, cependant, souligne que, à la différence des Etats-Unis, « il y a ici [en France], avant que le marketing commence, une méthode de production » où le lien entre une saveur et un lieu est clairement établi (p. 235). Ce que Trubek semble en somme vouloir dire est la chose suivante : oui, il y a toute une mythologie et tout une dimension marketing derrière la commercialisation du sirop d’érable et du cabécou, mais, en France, cela va de pair avec une protection et une préservation de « méthodes » de production traditionnelles.

En conclusion – et le lecteur s’en sera rendu compte – le livre de Trubek n’est pas une analyse critique du terroir, et l’exploration de la culture alimentaire française qu’elle propose ne prend pas en compte toute une série d’éléments. On pourrait par exemple mentionner le lien entre la relation des Français à l’alimentation et d’autres aspects de la culture qui dépassent largement le simple cadre de la table. De la même façon, sa tendance à se concentrer sur les points communs entre la France et les Etats-Unis (ou son désir de dégager des similarités dans leur évolution, la première précédant les seconds d’un ou deux siècles) l’amène à passer sous silence un certain nombre de différences importantes.

Mais le livre de Trubek doit être lu pour ce qu’il est : le plaidoyer d’une militante et d’une experte, adressé à l’opinion publique américaine, pour qu’une saveur des lieux ou un goût du terroir spécifiquement américains soient reconnus et continuent à se développer. Trubek rejoint ainsi le combat de ses compatriotes de la contre-culture, qui défendent une vision de la modernité différente de celle prévalant dans les structures de pouvoir depuis quelques décennies. « Si nous voulons que notre alimentation soit en rapport avec des lieux, nous devons agir maintenant, car apprécier la saveur d’un lieu et se nourrir localement relève plus que jamais de cette ‘liberté buissonnière’ des pratiques quotidiennes décrite par Michel de Certeau et Luce Giard. Savourer un lieu, c’est se positionner dans un univers alimentaire désormais organisé à l’échelle globale. Cette structure mondialisée nous mène en permanence sur une autre voie, celle de marchandises universelles répandues universellement et créées anonymement » (p. 246). Pour Trubek, l’étape suivante, dans un mouvement qui, le lecteur l’aura compris, ne représente rien de moins qu’une « révolution », « passera par la mise en place de moyens et outils concrets permettant de continuer à produire une alimentation locale et à boire ou manger davantage que de simples marchandises : incitations économiques, priorités en termes de recherche et de politiques publiques, programmes culturels » (p. 249).

On peut se demander si une telle « révolution » pourra effectivement quitter le domaine (souvent marginal) du militantisme de base et gagner les allées du pouvoir, comme Trubek le laisse entendre. Ce qu’elle semble appeler de ses vœux, en effet, n’est après tout rien d’autre que l’institutionnalisation d’un goût du terroir aux Etats-Unis. Un tel objectif est-il vraiment réalisable dans le contexte américain ? La politique des derniers gouvernements semblerait plutôt indiquer le contraire. Mais qui sait ? Peu après la publication de ce livre, Michelle Obama a fait planter un potager entièrement bio à la Maison Blanche, le premier potager présidentiel depuis la Seconde Guerre mondiale et les « Jardins de la Victoire » d’Eleanor Roosevelt. Au printemps 2009, une vingtaine d’écoliers de la Bancroft Elementary School à Washington ont participé aux semis et doivent participer à son entretien et aux récoltes. Ce potager est destiné à nourrir la famille Obama ainsi que le personnel de la Maison Blanche, les dignitaires en visite officielle et les élèves de l’école Bancroft. Les militants de

l'alimentation américains (comme Trubek et ceux qu'elle dépeint dans son livre) ont célébré la décision de la famille Obama comme une victoire politique importante. Comme Marian Burros l'écrivait dans le *New York Times* à la veille de l'ouverture du potager : « La question a pris une dimension symbolique forte d'un point de vue politique et environnemental, les Obama ayant été soumis pendant des mois au lobbying de ceux qui pensent que davantage de cultures locales et biologiques peuvent mener à une alimentation plus saine et réduire la dépendance vis-à-vis d'exploitations agricoles immenses et industrialisées... »¹⁰.

¹⁰ Marian Burros, « Obama to Plant Vegetable Garden at White House », *The New York Times*, 20 mars 2009. Cf. également le site officiel du projet de potager à la Maison Blanche (appelé « La ferme Bio de la Maison Blanche ») : <http://www.thewhofarm.org/>.