



Fabriquer un fromage de chèvre et démultiplier le « local »

How to make goat cheese and enhance the "local" dimension

Séverine Lagneaux, Michel Streith, Denise Van Dam et Jean Nizet



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/aof/8862>

ISSN : 1609-9168

Éditeur :

Isabelle Téhoueyres, Matthieu Dubois de Labarre

Référence électronique

Séverine Lagneaux, Michel Streith, Denise Van Dam et Jean Nizet, « Fabriquer un fromage de chèvre et démultiplier le « local » », *Anthropology of food* [En ligne], Articles, mis en ligne le 09 octobre 2018, consulté le 03 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/aof/8862>

Ce document a été généré automatiquement le 3 mai 2019.



Anthropologie of food est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Fabriquer un fromage de chèvre et démultiplier le « local »

How to make goat cheese and enhance the "local" dimension

Séverine Lagneaux, Michel Streith, Denise Van Dam et Jean Nizet

Introduction : un « local » démultiplié

- ¹ Un point et ses pourtours, un lieu déterminé et son environnement immédiat, telle est la définition commune, neutre et déterminée de l'adjectif « local ». Cet ancrage territorial est également opposé, dans le Trésor de la langue française informatisé, à un ensemble plus vaste qualifié de « global ». D'emblée, recourir au terme « local » impose une appréhension dualiste de l'espace. À la division classique entre l'ici et l'ailleurs érigée en Occident, succèderait en quelque sorte une polarisation local versus global. Cette dichotomie est particulièrement visible dans les discours dont les produits locaux sont l'objet tant de la part des institutions que des consommateurs de l'Iowa (Hinrichs 2003), de Grande-Bretagne (Holloway et Kneafsey 2000 ; Winter 2003) ou de Suède (Nygård et Storstad 1998) par exemple. Les produits locaux sont, dans ces cas, des produits du proche, d'ici. Cet enracinement est soit géographique (Torre 2009) soit organisationnel, relationnel (Praly et al. 2011) : il relie deux points ou deux personnes proches. Manger local signifierait manger des produits cultivés, préparés ou achetés à proximité et/ou mettant le consommateur en relation avec le producteur grâce à un circuit commercial court. Caractérisant des produits alimentaires variés, mais situés, le produit local devient synonyme de produit du terroir typifié et typifiant un lieu (Bérard et Marchenay 2004) et de « circuit court » (Lamine 2005 ; 2008). Le terme local équivaut donc ici à la localisation : les produits sont « localisés » au sens où leur origine géographique est située mais ils sont aussi « localistes » car producteurs et consommateurs partagent le même espace (Brunori 2007). Qui plus est, cette localisation contraste avec les produits agroalimentaires associés au global, au lointain, à une déterritorialisation dont les origines, la préparation et la circulation seraient opaques. Elle serait une alternative de consommation dont les consom'acteurs (Pleyers 2011) soulignent la durabilité et la salubrité que garantirait la

proximité. Aussi, aux dimensions situées des produits locaux, des dimensions politiques et morales en viennent-elles à se superposer (Pringent-Simonin et al. 2012).

- 2 Or, ces constructions duales et agglutinantes sont dénoncées tant par les anthropologues du global que par ceux dont les analyses portent, de façon spécifique, sur les produits locaux. Selon M. Singleton (1997), du local au global, il ne s'agit pas simplement de changer d'échelle. La définition de la globalisation formulée par M. Abélès (2008) met également à mal la dichotomie entre sociétés du lointain et sociétés du proche sans signifier l'absence de territoire du village planétaire. Elle n'est pas non plus à appréhender à l'aune d'une opposition de valeurs ou d'espaces. Selon G. Fumey (2010), « manger local » est à penser à la fois en tension et en articulation avec « manger global ». M. Winter (2003) pointe pour sa part la recrudescence de la signification de la localité au sein d'un système alimentaire globalisé. Il souligne ainsi les enjeux mobilisés par les acteurs dans le recours à la notion « locality » : la santé publique, la sécurité alimentaire, la préservation de l'environnement et le commerce équitable entre autres. Comme dit précédemment, des valeurs de défense des producteurs locaux et des saveurs des produits du terroir s'y ajoutent. Ainsi, un *quality « turn »* concernant à la fois les relations sociales et les produits se dessine. Nygård et Storstad (1998) parlent de « Local responses to global integration » et de dé-globalisation : la qualité est perçue comme inhérente à une production plus locale et une alimentation qui serait plus naturelle. Cette approche du local qualifiée de défensive (Winter, 2003) tend à figer le produit ; elle engendre une forme d'enfermement communautaire, de localisme élitiste et réactionnaire (Micoud 2000 ; Hinrichs 2003). Associer de façon inhérente la qualité et l'échelle locale relève d'un « piège » selon Borne et Purcell (2006) : les échelles ne sont pas des données ontologiques mais sont socialement construites. Les chercheurs en appellent dès lors à mener des études sur les produits locaux et à « desserrer l'étau du dualisme » (Larrère et Larrère 2015), à envisager la pluralité des dimensions du local (Holt et Amilien 2007) et à se méfier de la résonance des études scientifiques avec les critiques portées par les discours sur l'alimentation locale (Baker 2011).
- 3 C'est dans cette voie que notre article tente de s'inscrire. Il consiste en une analyse aussi fine que possible de l'itinéraire d'un fromage de chèvre local et bio de la prairie à l'assiette. En suivant les multiples agencements pratiques et symboliques de la fabrique de ce fromage, nous essayons de mettre en exergue différentes dimensions du local ainsi que les formes d'attachements et de détachements entre les différents protagonistes humains et non humains qui participent à cette production (Callon et al 2013 ; Hennion 2013). Nous montrons ainsi que le local outrepassa son ancrage spatial et, ce faisant, le cloisonnement dualiste dont il est trop souvent l'objet. Comment le local se fabrique-t-il tout au long du processus d'émergence d'un fromage de chèvre dit local par ses producteurs ? Quels sens cette désignation a-t-elle sachant que les fromagers l'agglomèrent aux termes d'artisanal et de bio pour qualifier leurs produits et leur production selon le contexte ? Comment se matérialise-t-elle au fil de la fabrique du fromage de sa pré-conception à sa post consommation ? Aux enjeux économiques et territorialisés s'adjoignent des discours identitaires, politiques et moraux qui nous enjoignent à démultiplier le local et à considérer différents agencements, différentes formes d'attachements et de détachements entre les protagonistes de cet itinéraire.
- 4 Pour appréhender ce « local démultiplié » à la fois territorialisé, dualisé, idéalisé et agi, nous procédons en cinq étapes. Après avoir présenté le terrain ethnographique sur lequel repose cette étude, nous nous attachons à décrire et analyser quatre temps de la

production du fromage de chèvre dévoilant quatre logiques complémentaires pour penser la polysémie du local. Il s'agira ainsi de s'arrêter sur la commercialisation et les circuits de vente que le fromage emprunte, sur sa fabrique, sur les débats dont il est l'objet lors de son achat et enfin sur l'élevage dont il émane¹.

Le contexte

- 5 Notre enquête ethnographique s'est déroulée entre février et septembre 2014. Aux entretiens semi-directifs² s'ajoutent une immersion d'une semaine à la chèvrerie, des temps de vente des produits sur les marchés et lors de foires ou de salons en compagnie des producteurs que nous appellerons Pierre et Virginie. Cette étude s'appuie également sur l'analyse de contenu d'un ensemble de matériaux (prospectus, documents, sites internet, chartes, photographies, logos, publicités, littérature grise) traitant de la chèvrerie, des fromages qui y sont préparés et des sites de vente de ces produits qualifiés notamment -mais au premier chef- de locaux tant sur ces supports que par les fromagers.
- 6 Située en Gaume, dans le sud de la Belgique, la fromagerie est sise sur un lieu-dit où se dresse de longue date une ferme. Depuis le début des années 1980, bâtiments et terres sont la propriété d'une coopérative regroupant 180 personnes. Y sont installés un agriculteur et le couple d'éleveurs se partageant les bâtiments et les terres. La ferme est également fréquentée par de multiples personnes désireuses de se former à l'agroécologie et/ou de s'y installer en se lançant dans un nouveau projet. Cet espace est dit « alternatif » par ceux qui le côtoient. Après un temps de réflexion, de négociation et d'installation, la chèvrerie a démarré son activité au printemps 2012. Elle est le fruit du travail de Virginie, agronome française et fille d'éleveurs de chèvres et de Pierre. Ce sociologue de formation, après une longue expérience professionnelle au sein d'une ONG de développement au Maroc a réorienté sa carrière afin de partager le projet de Virginie exerçant alors comme conseillère en agriculture : mettre sur pied un élevage de chèvres et produire du fromage de qualité. C'est lors d'un stage de reconversion professionnelle sous la direction de l'agriculteur voisin de la chèvrerie que Pierre s'est attaché au lieu y voyant la possibilité de réaliser leur projet commun. Cet espace répondait en partie à leur souhait : situé au cœur d'un écrin de verdure, ce lieu porteur d'histoires leur offrait un accès à des terres, à des bâtiments et à un outillage agricole en phase avec leurs moyens financiers et techniques. Le couple a dès lors intégré la coopérative après que leur proposition eut été retenue lors d'une assemblée générale des coopérateurs³.

Logique marchande : par-delà le circuit court

Des producteurs et des revendeurs

- 7 Si ce n'est par sa petite taille, rien ne distingue vraiment l'étal de la fromagerie sur le marché d'Arlon. Toutefois, ce détail est essentiel : il le différencie de la profusion et de la variété des grandes devantures des « revendeurs ».

Figure 1 : Etals de la fromagerie à l'avant plan et du camion en vis-à-vis à l'arrière-plan



Arlon, août 2014, S. Lagneaux.

- 8 Sur ce marché hebdomadaire généraliste, on trouve un peu de tout. Cependant, les denrées alimentaires partagent un même espace. En son sein, les producteurs « bio-locaux » ainsi qu'ils se désignent eux-mêmes sont regroupés. La majorité des échoppes se caractérisent par leur grande dimension, l'abondance et la grande diversité des produits proposés à l'instar du grand camion de fruits et légumes calibrés, hors saison et originaires des quatre coins du monde qui fait face au comptoir de Pierre et de Virginie (figure 1). Nombre de commerçants proposent donc des produits qu'ils ne fabriquent pas. Pierre pointe particulièrement un autre fromager dont l'étal est installé dans une rue adjacente. En se distinguant des procédés de ce « revendeur », Pierre met en exergue sa propre logique commerciale et ce qu'il entend par producteurs « bio-locaux » :

Il a des chèvres, mais pas du tout en bio, en mode naturel artisanal. Ses chèvres ne sont pas dehors. Chaque fois que je lui en parle, il dit qu'il ouvre la porte, mais qu'elles ne sortent pas. Mais bon si tu leur apprends à sortir, elles sortent. Il les nourrit avec des compléments dans tous les sens, comme en industrie quoi. Il fait du fromage qu'il moulerait à la louche, mais quand il aromatise, il y a plus de blanc que d'épices. Tout cela est vendu par sa mère et son beau-père sur différents marchés où en fait les 3/4 de l'étal sont des produits achetés. Il commercialise d'autres fromages qui viennent d'ailleurs et il joue à fond la carte du commerce. Il vend des œufs, du saucisson. Son étal est plus garni et ça gagne bien plus comme cela. Il s'introduit partout dans tous les marchés fermiers et locaux alors qu'il fait plein de revente, car tout cela n'est pas contrôlé. Il est effectivement producteur. Ses autres fromages, il va pas acheter des produits comme du boudin industriel. Il va acheter des fromages dans des fermes. Il reste sur une certaine lignée.

- 9 Outre une différenciation relative aux logiques de production, Pierre met en évidence la coïncidence nécessaire entre la personne du producteur et du vendeur pour qualifier un produit de local. Le « revendeur » est un intermédiaire présenté, par le fromager, comme incongru sur les marchés locaux : il est assimilé aux producteurs locaux sans que la majorité des produits qu'il vende ne soient de sa main. L'étal limité de Pierre montre

donc, selon lui, qu'il n'est pas un revendeur, mais un producteur. Cette petite taille est le signe d'une production artisanale limitée issues des mains de celui-là même qui effectue la vente et c'est ce qui rendrait, à cette étape, le fromage local. L'absence d'intermédiaire et une production spécifique (« bio-artisanale ») sont indispensables pour que le produit soit légitimement qualifié de local ainsi que Pierre ne cesse de nous le répéter durant cette matinée de vente.

- 10 Pierre se distingue également des commerçants établis aux alentours. Contrairement aux « revendeurs » des marchés qui suggèrent une qualité et une production équivalente des fromages proposés à la vente, il n'y a pas de concurrence avec les supérettes. En effet, les produits standardisés de ces magasins *même s'ils se disent « fermiers »* ne sont pas des produits artisanaux. S'il se différencie de ces deux formes de commercialisation par « revente », Pierre admet pourtant volontiers qu'il ferait bien appel aux services d'un intermédiaire afin de libérer son temps de vente sur les marchés généralistes et le consacrer à son élevage. Il apparaît donc que s'il critique la vente indirecte des revendeurs, ce « détour » ne disqualifie pas le produit comme local. Le local s'inscrirait bien plus dans la démarche de production ici qualifiée d'artisanale et bio sur laquelle nous reviendrons. Centrons-nous, au préalable, sur la rupture du contact direct entre producteur, lieu de vente et consommateur et sur la question des intermédiaires.

Des intermédiaires

- 11 Pour écouler leurs fromages locaux, les éleveurs de la chèvreserie font appel à des intermédiaires tantôt humains tantôt techniques. Il peut s'agir de l'épicier du village, d'un maraicher, du représentant d'un groupement d'achat, mais aussi de l'interface d'un site internet.
- 12 Tout d'abord, prenons l'exemple d'un arrangement que Pierre a contracté avec une éleveuse de bovins fabriquant, elle aussi, son fromage « bio-local ». Ces producteurs alternent leur présence sur les marchés et vendent leurs fromages ensemble. Cette procédure n'est pas considérée, par les intéressés, comme de la revente, mais une entraide entre petits producteurs. Les fromagers insistent sur ce point : ils ne poussent pas les clients à acheter leurs produits plutôt que ceux de leur collègue. Ils laissent les clients choisir selon qu'ils désirent du fromage au lait de chèvre ou de vache. Contrecarrant ainsi une forme de concurrence, cette association leur permet aussi de gagner du temps de travail sur l'exploitation en réduisant le temps de vente sans absence du produit sur le marché. Le contact avec la clientèle est ainsi maintenu via un autre producteur partageant certaines valeurs – *ils travaillent comme nous* précise Pierre – et par la « présence » du produit :
- Si l'éleveur est présent, il vend mieux, car les clients le reconnaissent. En voyant l'éleveur, les clients savent que le produit est là et se remémorent leur expérience passée et reviennent. La première année, je devais attirer le chaland en faisant goûter mes fromages. Je n'aimais pas cela. Maintenant les gens viennent parce qu'ils ont goûté et ils aiment, savent que c'est bon et de qualité.
- 13 Le partenaire favorise les contacts et peut ainsi être perçu comme un maillon supplémentaire enrichissant le tissu social et économique local. Il en va tout autrement, *a priori*, lorsqu'il s'agit de commander son fromage par internet. L'ordinateur s'immiscerait dans la relation et engendrerait un surcroît de distance entre des humains dont le contact devient virtuel. Outre qu'il s'agit là d'une lecture assimilant la virtualité à

l'artificialisation du lien social (Boellstorff 2013), le médiateur technologique peut également être envisagé comme renforcement du lien. Placés effectivement à distance, producteur et consommateur peuvent, grâce à cet outil, échanger des informations dont la teneur, aux dires de Pierre, n'est pas différente des brefs contacts sur le marché. Par ailleurs, l'interface d'achat n'empêche pas le producteur d'être présent physiquement lors de la distribution de son produit pré-acheté.

- 14 Même s'ils empruntent un circuit court, les fromages de chèvre locaux circulent parfois bien au-delà de la région gaumaise et ne se transmettent pas nécessairement de façon directe entre le producteur et le consommateur. Ainsi, le qualificatif « local » ne se cantonne-t-il pas à une proximité géographique et/ou relationnelle. Ces indicateurs simples d'une distance minimale entre deux points ou du contact direct entre deux personnes apparaissent moins stables qu'au premier abord sans pour autant perdre toute consistance.

Première multiplication : déplacer la règle des 70 km

- 15 Si la littérature française⁴ portant sur les produits locaux s'accorde sur une mesure moyenne de 50 à 70 km pour qualifier la localité d'un produit ou encore le circuit-court (Hinrichs 2003 ; Maréchal 2008), Pierre et Virginie font eux-mêmes référence à cet étalon. Pour ne pas se contredire, ils pointent trois arguments soulignant la modulation de la hiérarchie des valeurs auxquelles ils se raccrochent pour légitimer la localité de leur fromage parfois vendu à Bruxelles, à près de 200 km, dans un espace géopolitique tout autre que la Gaume.
- 16 Tout d'abord la vente plus éloignée doit correspondre à un minimum de rentabilité. Il s'agit d'un rapport établi entre les déplacements, les coûts engendrés et le chiffre d'affaire de la vente. Par exemple, la commande d'une ruche⁵ de la capitale belge menace d'être annulée car elle ne rapporte pas assez aux yeux de nos interlocuteurs. Au bout de 15 jours de mise en vente, le montant de la commande plafonne à 200 euros alors que les éleveurs en attendent le triple. Ces derniers déploient alors des stratégies pour contourner ce qui freine la vente : ils modifient la balance de la rentabilité de cette vente. Ils vont ainsi amoindrir les frais liés au déplacement en s'associant avec un autre producteur de Gaume qui livre également cette ruche. Ils recherchent parallèlement d'autres points de vente de leurs produits qu'ils pourraient livrer en effectuant ce déplacement. Les producteurs adaptent également le prix du produit à ces frais supplémentaires, mais cette augmentation ne les satisfait pas pour des raisons que nous approfondirons ultérieurement. Enfin, un éloignement de plus de 70 km entre la chèvrerie et l'assiette de dégustation ne suffit pas, selon Virginie, à le disqualifier. Il reste « local » au sens conçu et vécu au quotidien par les fromagers.
- 17 Aussi, qu'il s'agisse du fourrage destiné aux chèvres, de la présure, des épices, des rapiers d'emballage de la maquée, des sceaux de la fromagerie ou des savons, tout achat entrant dans la composition du fromage de façon directe ou indirecte est l'objet d'une réflexion. Celle-ci met en exergue les valeurs des fromagers et la malléabilité de l'agencement de ces valeurs selon le contexte, selon le composant concerné. Il doit répondre aux normes, effectuer un parcours limité lors de sa production, être acheté le plus près possible de la chèvrerie et répondre à la qualité attendue par les éleveurs (en termes de valeur nutritionnelle, de saveur, de couleur, d'ergonomie...). Pour se fournir en matériel pour la fromagerie, Virginie se rend, par exemple, en France et non au magasin le plus proche en

Belgique car les produits y sont importés. Dans ce cas, ce qui compte ce ne sont pas les kilomètres effectués par l'éleveuse, mais ceux que le produit qu'elle se procure parcourt. Une réflexion similaire et continue pour chaque élément à chaque étape de la production impose aux éleveurs de se tenir informés de l'origine, de la trajectoire et des modalités de production de toute marchandise. Virginie se satisfait actuellement de l'achat de noix bio dans une grande surface de la ville voisine, car ces fruits secs sont d'origine française et qu'elle ne trouve, dit-elle, *rien de mieux pour le moment : à l'épicerie locale, les noix sont indiennes*. Elle poursuit tout de même ses recherches pour trouver des noix en quantité adéquate à ses besoins, répondant aux normes d'hygiène de traçabilité imposées par la loi ⁶, qui soient spatialement plus proches et si possible commercialisées par le producteur et cultivées selon des méthodes artisanales et bio.

- 18 Les éleveurs effectuent leurs choix en fonction de ce qui est disponible sur le marché, mais aussi en mobilisant des connaissances théoriques et pratiques. L'élevage et la production se réfléchissent et s'adaptent, s'optimisent en tenant compte du critère de la proximité parmi d'autres arguments. Certes les épices proviennent de loin, mais les sachets étant de petite taille, le transport n'impacte pas, ou moins, la notion de produit local ainsi que l'explique Virginie. Au final, c'est le même produit : des noix ou des pots en plastique, mais ce n'est pas non plus le même, car il y a une réflexion sur leur coût énergétique, leur empreinte écologique. Des compromis sont nécessaires et rendent visible l'ajustement de la hiérarchie des valeurs des éleveurs. Leurs fromages incarnent, concrétisent le bricolage et la démultiplication du local.

Des logiques de production: le temps par-delà la localisation

- 19 Via les intermédiaires humains et technologiques, le fromage dit local peut parcourir parfois près de 200 kilomètres avant d'aboutir dans une assiette. Par ailleurs, le contact direct ne suffit pas non plus à faire d'un fromage un produit local. Il doit être fabriqué d'une certaine façon qui le distingue des produits standardisés et le rend « beau et bon » ainsi que le martèlent Pierre et Virginie. Tout se passe comme si un déplacement du local s'opérait depuis le lieu de la commercialisation du produit vers les formes de sa production qualifiée d'artisanale ou de bio. Le local outrepassé ainsi sa réduction à un espace physique situé lors de la commercialisation du fromage et se niche dans la production elle-même.

Tradition artisanale locale et modernité techno-scientifique globale

- 20 Chez Pierre et Virginie, la fromagerie jouxte l'étable. Hermétiquement fermée, elle forme un bloc percé de deux portes, de deux fenêtres avec double moustiquaire et d'une vitre inamovible. L'ambiance y est maîtrisée dans chacune des pièces distribuées autour d'un couloir. Il y fait froid. À la basse température s'ajoute l'impression laissée par les murs d'un blanc immaculé et les meubles ou instruments en inox et plastique étincelants de propreté. Pas une tache ! Pas une mouche ! Elles restent à l'extérieur, dans la laiterie qui sert de sas de transition avec l'étable. C'est là que l'on se débarrasse aussi de ses chaussures. Une fois la porte de la fromagerie franchie, il s'agit d'endosser la tenue adéquate : s'équiper d'autres souliers, enfiler son tablier, avoir les cheveux noués, les ongles coupés court, le vernis est proscrit et le maquillage chaudement déconseillé. Dans

le respect des « bonnes pratiques d'hygiène » édictées par l'AFSCA⁷, à tout instant, les mains doivent être d'une propreté irréprochable. Après chaque action, elles sont frottées avec attention dans l'une des vasques en inox. Il suffit d'un coup de cuisse ou de hanche sur le rebord basculant pour que l'eau s'y déverse. Dans cet univers hygiénique, normé et aseptisé, les instruments de précision et de mesures scientifiques abondent : thermomètres, doseurs, éprouvettes, testeurs. Il s'agit de maîtriser les étapes de la formation du fromage et d'en certifier l'usage propre à la consommation. Au dosage du PH du lactosérum succède la vérification de la chaîne du froid ou l'étalonnage du développement du *Geotrichum*⁸. C'est dans le hâloir que les fromages affinés se développent. Ce local permet de recréer les conditions d'une cave en conformité avec les normes sanitaires européennes. La maîtrise de la température et du taux hygrométrique de cette pièce crée un environnement propice au développement des bactéries et moisissures qui feront la spécificité de chaque fromage : sa texture, sa consistance et son aspect, ses saveurs et son arôme.

- 21 Outre ces objets et les procédures mises en place qu'ils servent, les mots mobilisés par Virginie pour décrire la fabrique du fromage relèvent aussi de la sphère scientifique. L'éleveuse explique le déroulement de la transformation du lait par des liens de cause à effet, un savoir théorique et pratique acquis lors de sa formation, mais aussi par observation et expérimentation. Elle nomme les bactéries par leurs appellations scientifiques, explique les stades de transformation du lait en termes de processus biologiques, détaille ses procédures de contrôle tout comme cela se pratique dans le secteur agroalimentaire industrialisé.
- 22 Cependant, d'autres outils et d'autres termes de vocabulaire font référence à un autre champ culturel, celui de l'artisanat. Ainsi, Virginie insiste-t-elle sur le fait que si sa louche est en inox – et non en bois selon une représentation classique de l'instrument traditionnel et artisanal, elle moule ses fromages manuellement et non mécaniquement. Les étapes de la fabrication du fromage (caillage, moulage, égouttage, salage, affinage) se font à la main. Le lait n'est pas pasteurisé. Virginie tranche son caillé à la main, moule, démoule, retourne elle-même les fromages ou encore lave les croutes de ses pâtes dures à l'aide d'un chiffon. La fabrique manuelle des fromages est fortement mise en avant par les producteurs – ce qui les distingue des « revendeurs » comme nous l'avons vu. Il s'agit de créer de ses mains avec un matériau vivant. Nous y reviendrons.

Caillette et étiquette

- 23 S'ils sont alternés, le registre traditionnel artisanal d'une part et moderne technoscientifique d'autre part s'articulent également. Prenons l'exemple de la présure qui à la fois combine ces références et s'en distingue.

Figures 2 : Caillage



Figure 3 : présure



Gaume, août 2014, S. Lagneaux

- 24 Après la traite, le lait refroidit dans deux bacs de caillage hémisphériques en plastique blanc. Il est ensuite « ensemencé » avec du ferment lactique fermier (petit lait). Deux à quatre heures plus tard, Virginie y ajoute une dose (15 ml/100 litres pour les fromages

lactiques) de présure extraite d'un flacon dont l'étiquette mentionne qu'il s'agit d'un produit « traditionnel 100% de caillette de chevreau sans OGM » (figures 2 et 3). Ce bidon est significatif de cet entrelacs de savoir-faire traditionnel et scientifique. L'origine animale caractérise le vocable « présure ». Son emploi se distingue des productions industrielles qui recourent majoritairement à des enzymes coagulantes d'origine microbienne modifiées génétiquement. Le recours à cette présure spécifie donc la production de la chèvrerie en la détachant des procédures industrielles dans cette étape du caillage. Ce faisant, Virginie recourt aussi à une présure naturelle et standardisée lui permettant notamment de mieux doser cet ingrédient et de ne pas le préparer elle-même quotidiennement ; préparation nécessitant l'abattage d'un animal non sevré et une congélation rapide, car la caillette se dégrade rapidement (Collin 2015).

Figure 4 : Etiquetage



Gaume, août 2014, S. Lagneaux

- 25 Un dernier exemple illustre également ce mode de production bricolé, cette contigüité de différents registres - traditionnel/artisanal/manuel/moderne/industriel/mécanisé. Il s'agit de l'étiquetage.
- 26 Chaque produit est emballé et étiqueté règlementairement. Conformément aux conditions édictées par l'AFSCA, l'étiquette doit comporter: l'appellation de vente, la liste des ingrédients et la quantité de certains d'entre eux, la date limite de consommation (DLC) avec la mention "à consommer jusqu'au", les conditions particulières de conservation, la dénomination commerciale et l'adresse du fabricant, le poids net, les éventuels allergènes. L'emballage des fromages se fait manuellement (figure 4). Toutefois, Anika, une stagiaire, regrette l'écriture de la date de péremption à la main : *c'est une perte d'un petit air traditionnel. Il y a moins de traces manuelles. Aujourd'hui, elle appose un cachet.*

Deuxième multiplication : une maîtrise de temps au service d'un équilibre

- 27 Les logiques de production contrastées moderne/industrielle/mécanisée d'une part et traditionnelle/artisanale/manuelle d'autre part bien que souvent distinguées sont ici entremêlées. Certes, la volonté de maintenir une production limitée afin de garantir la qualité des produits est présentée comme trait particulier du produit local bio, mais ce

n'est pas le seul argument. Cette qualité est également assise sur une maîtrise personnelle et un engagement manuel des producteurs. Elle concerne également la qualité de vie des fromagers en passant par une maîtrise du temps de travail et des investissements monétaires et techniques nécessaires à la production. *« Pour nous, ce qui est important, c'est le respect de la valeur travail : on fait attention aux efforts qu'on fournit. On essaie de ne pas se surcharger. On veut d'abord investir pour mettre en place un outil et ensuite investir pour travailler moins. Pour nous il faut une forme de respect de soi. »* explicite Pierre.

- 28 La chèvrerie est organisée autour du temps, d'une qualité de vie désirée et d'un revenu minimal et non de la recherche maximisée des profits. Le travail doit être plaisant et épanouissant, le moins épuisant possible - ce que les éleveurs peinent parfois à respecter au vu de la nécessité d'atteindre l'équilibre budgétaire qu'ils se sont fixés. Il doit impérativement « donner naissance » à un fromage dont la qualité répond aux exigences normatives, à celles de la clientèle et, surtout, aux valeurs éthiques et gustatives de Virginie et Pierre. Pour ce faire, les producteurs font appel à des savoirs et des pratiques qui ne se cantonnent pas à une tradition artisanale fictive ou réelle. Ils mobilisent des procédés et des connaissances issus du développement technoscientifique de la production fromagère de masse. H. Paxson (2013) qualifie la production contemporaine de fromages artisanaux aux USA de *postpastoral*⁹. Références, vocabulaires, gestes et outils s'inscrivent simultanément et alternativement dans un registre de l'artisanat, de la flaveur de la fleur, de la tradition et de la rationalité, de l'hygiène, de la maîtrise. M. Winter (2003), reprenant D. Harvey (1996 : 303), signale également que les savoirs locaux sont insuffisants pour saisir un procédé socio-économique plus large et qui ne peut être directement expérimenté. Au sentiment de continuité d'une tradition se nouent les acquis des ruptures modernes. Ainsi si les apports technoscientifiques sont différenciés des gestes et outils antérieurs (instruments en bois par exemple), ils intègrent le récit de la « tradition » de la fabrique fromagère. C'est ce dialogue entre des instruments technoscientifiques mis au service d'une production artisanale de petite quantité qui fait aussi le local et l'extrait pratiquement du dualisme local-global et du localisme. Pourtant, dans les représentations dont le fromage est l'objet, son cantonnement à un espace restreint localisé associé à un courant contestataire demeure fort.

« Délocaliser » les logiques de consommation : troisième multiplication

- 29 Une cliente néo-rurale se présente devant l'étal de la chèvrerie. Elle décline son parcours, se dit curieuse, ouverte à la découverte de nouvelles saveurs et poursuit : *Je veux encourager les gens qui persévèrent. Ils tuent les gens. Les anciens, pendant la guerre, s'en sortaient grâce au marché noir. Maintenant tout est en grande surface. Comment faire s'il y a une émeute ?* La dame demande à visiter la chèvrerie et veut y acheter du lait.
- 30 Ce bref échange recèle différents traits caractéristiques des « mangeurs d'idées » ainsi que les désigne Pierre. Sous cette appellation, il rassemble ces consommateurs qui projettent sur le produit leurs représentations et ne le mangent pas pour ce qu'il est, un aliment dont la valeur résiderait dans le goût associé au lieu (Trubek 2009), au mode de production, à « l'écologie de la production » (Paxson 2013) et pas seulement au sens, à la morale. Ces consommateurs acquièrent le fromage moins parce qu'il est beau et bon que parce qu'il serait meilleur explicite le fromager : ils s'en rendent acquéreurs pour ce qu'ils

croient. Les producteurs locaux s'accordent avec la nécessité de produire une alimentation saine, de qualité. Cependant, pour eux, cette qualité ne réside pas dans une contestation, mais, dans sa saveur et son allure. Le fromage doit être « bon et beau » avant toute autre chose étant donné que c'est sa fonction première : nourrir. En fondant leur achat sur une étiquette collée au produit local en raison du lieu de leur achat localisé, les « mangeurs d'idées » réduisent la valeur fondatrice du goût. Le sens du local se simplifie, s'amenuise et se rigidifie dans des principes idéologiques, moralistes. Les gens ne goûtent pas le produit selon Pierre. Ils associent la production locale avec un goût fort, puissant et acceptent ce qu'ils refuseraient à des produits non qualifiés de locaux. *« Je veux bien qu'on puisse réfléchir qu'un produit industriel est moins bon, mais il y a aussi toute une question de goût derrière tout cela. C'est une réalité, un plaisir de manger. Les produits fermiers ok sont meilleurs pour la santé, mais il faut d'abord qu'ils soient bons. Ils doivent être plus agréables à bouffer. »* (Pierre).

- 31 Plusieurs autres personnes demandent, comme cette cliente, à acheter du lait de chèvre. Pierre leur propose alors de se rendre à la ferme. Là, le prix se négocie. En commerce, le lait de chèvre pasteurisé bio est vendu à hauteur de 2,5 euros le litre tandis qu'un fromage de la chèvrerie qui a nécessité plus d'investissement, de temps, de travail est vendu moins cher.

Par idéologie, les clients veulent mettre plus que le prix. Très bien, ce que je fais à ce moment-là je leur demande de payer ce qu'ils veulent, ce qu'ils estiment devoir. Je leur explique le problème, car je trouve ça délirant d'aller payer 3 euros le litre de lait. Ça n'a pas de sens. Ça veut dire quoi, que la bouffe de qualité c'est uniquement pour les gens qui ont les moyens? (Pierre)

- 32 En effet, si produire des aliments de qualité engendre la mise en place de prix prohibitifs, la nourriture devient un bien d'exception inaccessible au quidam. Ces clients n'auraient alors d'autres choix que de se tourner vers des produits moins coûteux, arguments déployés par l'industrie agroalimentaire pour vendre ses marchandises en quantité. Dans cette équation dualiste, la qualité gustative et sanitaire du produit local résultant d'une quantité limitée et supposée, de ce fait, maîtrisée coûterait cher tandis que le moindre coût imposerait une production globale massive standardisée et risquée. La logique dominante, le clivage social et le dualisme sont reconduits. L'idéologie des « mangeurs d'idées » se doublerait d'une exclusivité, d'un localisme piégeur (Born et Purcell 2006). Si pour certains le « bio-local » est une forme de résistance à la globalisation, Pierre ne travaille pas pour soutenir et s'inscrire dans un marché clivé. Par leur production accessible à tout client, les fromagers expriment leurs choix de vie et de faire. Le local ne se veut pas ici défensif ou l'apanage exclusif d'une élite mangeuse d'idées ou d'amateurs de fromages fortunés.

- 33 Pierre ne partage pas les idéaux et le modèle de société involontairement soutenu par les mangeurs d'idées. Bien que ces derniers s'instituent eux-mêmes comme co-producteurs (Grasseni 2014), comme participants au maintien de la fromagerie en raison du choix de leur achat mais aussi du prix élevé qui attesterait de leur implication, Pierre et Virginie se détachent de ces consommateurs en s'attachant à d'autres clients. Ils s'identifient aux clients qu'ils appellent leurs voisins lesquels sont d'anciens éleveurs. Autrefois, les habitants de la région gaumaise élevaient effectivement quelques chèvres pour leurs besoins familiaux. Ils produisaient leur propre fromage consommé en famille. Ils n'en faisaient pas commerce (Bergans et al. 1988). Les fromagers de la chèvrerie investiguée se placent à leur suite. Même s'ils ne sont pas originaires de la localité, leurs produits sont dits « d'ici ». Ils sont imprégnés par le lieu de production, le terroir, autant que par les

choix de production. Ces choix respectueux du milieu sont également associés à un savoir-faire dit « traditionnel » hérité. La localisation du fromage opère autrement : il est présenté en filiation avec un héritage pratique, un terroir (Grasseni 2014) correspondant également au lieu de vente de la majeure partie des produits- sans exclusivité cependant comme nous l'avons déjà mentionné.

Ce que je vois c'est que mon fromage de chèvre bio est moins cher qu'un chèvre dans un supermarché. Je vends mes produits à des gens très modestes. Ce ne sont pas des riches. Il y a beaucoup d'agriculteurs pensionnés. C'était un monde paysan ici, local. Ils sont toujours contents de retrouver un vrai fromage de chèvre comme ils en avaient à la maison. Ils viennent chaque semaine chercher leur fromage. Ce ne sont pas des gros clients. Ils ne font pas notre chiffre d'affaires, mais c'est quelque chose que je respecte énormément. Au-delà de cette question de proximité de vendre dans mon village, Virton c'est ma ville. (Pierre)

- 34 Cet ancrage dans le tissu social local, son histoire et la reconnaissance perçue par Pierre dans le chef de ses clients fidèles n'empêche pas que le fromage de chèvre soit différent. Son fromage est une évocation pour ces pensionnés. Il est une madeleine de Proust. En effet, la technique de production a changé en raison des normes, mais aussi selon les choix d'élevage typifiant le produit. Par exemple, les chèvres choisies et élevées par Virginie et son conjoint ne sont pas d'une race locale ou rustique, mais ont été sélectionnées pour le potentiel laitier de leur génétique. Dans ce cas, le fromage n'est-il pas aussi le véhicule de projections d'idéaux et de souvenirs associés à un mode de production, des savoirs faire et vivre ? D'un localisme à un autre ? De par leurs choix techniques, les producteurs attestent également de l'héritage des modernes et de la composition par assemblage de références qu'ils opèrent. Ils ne confrontent pas ces références, mais les combinent selon diverses configurations comme nous l'avons déjà montré précédemment. Le local ne se situe pas dans l'opposition ou dans une culture figée et isolée, mais dans une écologie rendue franchement visible dans les pratiques d'élevage.

Eco-logique d'un collectif hybride : quatrième multiplication

- 35 L'élevage du couple de la chèvrerie peut être qualifié de collectif hybride (Descola 2016) : il est loin de ne compter en son sein et ses pourtours que des humains. De nombreuses situations et propos mettent en évidence le statut particulier que les fromagers reconnaissent aux chèvres : leur collaboration à l'émergence de leur fromage et à son ancrage local. Virginie s'interroge sur le rôle des chèvres dans leur projet. Elle dit se sentir endettée à leur égard depuis le jour où elle les a vues, encore chevrettes, dans l'élevage dont elles sont issues. Pierre envie parfois ses chèvres. Au cours d'une journée intense de travail débutée par une vente au marché, l'éleveur devait ensuite faucher une parcelle où se trouvaient les chèvres. *J'équipe le tracteur et vais faucher, nous raconte-t-il, mais je ne vois pas les chèvres tout en travaillant. Finalement je les ai aperçues au loin, couchées à l'ombre, le long du ruisseau dans un lieu magnifique. Je me suis alors dit non seulement que les chèvres sont bien chez nous, mais même qu'elles sont mieux que nous. J'avais couru toute la journée et elles se prélassaient. Ce doit être bien d'être une chèvre.* Il considère ses chèvres comme des compagnes de travail, car, dit-il, elles ont confiance en lui. *On leur parle régulièrement « salut les filles, comment ça va... ». On les engueule aussi. Quand on doit tuer une chèvre qui est âgée, c'est vraiment plus dur. On n'a pas voulu, c'est un ami qui a accepté de la tuer.*

On l'a accompagnée. Avec humour, les éleveurs insistent sur le fait qu'ils respectent l'intégrité physique de leurs bêtes : On ne touche pas à l'intégrité de l'animal : on ne coupe pas les cornes ... sinon on coupe aussi les pattes pour ne plus qu'elles partent en courant ... Ainsi, les chèvres ne sont-elles pas le réceptacle passif des manipulations de leurs exploitants. Elles participent de plain-pied à la production non seulement parce que les éleveurs en tirent le lait, mais aussi parce qu'elles les font agir sans engendrer une confusion de ces animaux avec des humains ou avec des objets.

- 36 Pour soigner leurs chèvres, les éleveurs font appel à un vétérinaire ostéopathe qu'ils qualifient de « mystique ». Outre le fait que la prévention est ici préférée à l'approche curative tant que faire se peut, une vision holiste et une éco-logique se dégagent de la façon d'agir avec ce vétérinaire. En effet, cet homme privilégie aussi des actions indirectes sur les animaux pour favoriser leur bien-être tout comme celui des éleveurs. Ainsi, alors que les animaux pâturent dans un lieu dénommé « Les combats », qui comporte les traces visibles de projets d'installation échoués (squelettes de caravanes, ...), des tensions au sein du troupeau et avec les éleveurs ont été observées de façon redondante. Pour y faire face, l'espace a été rebaptisé. Pierre a également adressé une prière à cette prairie afin de modifier sa charge énergétique influençant, selon lui, les vivants qui s'y trouvent. Les éleveurs désirent maintenant y placer une Madone, une déesse mère pour maintenir cette charge positive désirée. L'espace pâture est donc bien un milieu fréquenté par les hommes et les bêtes et agissant sur ces protagonistes. Il fait partie intégrante de leur vie et, de ce fait, de la fabrique d'un fromage local ; et ceci sans parler du rôle organoleptique de l'herbage sur la flaveur du lait et la saveur des fromages dès lors intimement et physiquement inscrits dans ce lieu. La qualification « locale » du produit est ici intimement associée par les éleveurs à une forme de circularité, de lien, d'attachements entre le territoire, les chèvres et les producteurs. Le fromage concrétise cette éco-logique et, de par son aspect et son goût, traduit le mode d'existence spécifique de la chèvrerie que Pierre et Virginie associent au vocable « bio-local ».
- 37 Les fromages eux-mêmes ont donc une place particulière au sein du collectif hybride. Dans le hâloir, chaque fromage réagit différemment. Les champignons se développent de façon spécifique à chaque pièce. Les poils de chat et autres moisissures forment autant de dessins particuliers qu'il y a de pièces. Bien que faisant partie d'une même famille de produits conçus le même jour avec le même lait, chaque fromage a ses spécificités. Le fromage est vivant : il se transforme, évolue, bouge. Il est l'objet des soins attentifs de Virginie qui, délicatement et minutieusement retourne chaque pièce, les déplace sur les claies dont elle inverse le sens en cours d'affinage. *« Lorsque je moule à la louche, lave les pâtes dures, retourne ou aromatise les fromages, c'est un temps possible pour la méditation. Cela peut se faire sans penser à rien, dans la détente ou être un temps de réflexion selon le contexte. »* (Virginie).
- 38 Les fromages ne sont pas réductibles à leur seule destination alimentaire. Non seulement tout ici est articulé autour de leur production, mais ils sont également incarnés. Les fromages sont la raison et la finalité des actions de production, mais ils impactent aussi la vie des producteurs. Par les choix techniques opérés pour les fabriquer et leur évolution propre, ils sont à la fois un écosystème et le résultat d'actions reflétant l'identité de Pierre, de Virginie et de leur élevage. Ils matérialisent, concrétisent leur mode de vie tout en faisant partie de ce collectif hybride. Ils forment un tout de par leurs influences réciproques sans fusionner. Ainsi, si le fromage a « le goût du lieu » (Trubek 2009), il a aussi la saveur des gestes et des choix posés dans le collectif.

- 39 Le local ne peut se limiter à une compréhension classique et dualiste d'un lieu contenant des ressources à disposition de l'homme qui saurait les exploiter. Il s'agit bien plus, dans le chef des fromagers, de relations particulières s'établissant entre des humains (éleveurs, producteurs, distributeurs, consommateurs) et des non-humains ayant en commun leur milieu et que le fromage concrétise.

Ouverture : connexions et déconnexions autour du « local démultiplié »

- 40 Instrumentalisé par une agro-industrie pour verdir ses processus et produits, le local est galvaudé. Il est restreint à une zone géographique de commercialisation connectant producteurs et consommateurs mais laissant de côté la dimension temporelle du local. Celle-ci surgit dans les pratiques de production et s'avère centrale dans le propos des fromagers rencontrés. Fabriquer un fromage local relève d'un assemblage complexe de références artisanales d'une part et, d'autre part, de processus technoscientifiques permettant de maîtriser sa production tout en répondant aux normes sanitaires et de traçabilité de la nourriture. Cette manipulation, cette main mise à la pâte et la réflexion relative aux éléments et outils entrant dans la composition du fromage directement et indirectement déplacent le local depuis sa conception géographique commerciale vers une combinaison de temps dans la production connectant les producteurs à leurs voisins éleveurs et au territoire. Qui plus est, dans sa dimension éco-logique, le fromage s'inscrit dans un collectif hybride qui déborde largement la confiscation politique opérée par les mangeurs d'idées reconduisant le modèle sociétal et de production légitimant la production massive et *low cost* de nourriture. A l'épreuve des faits, le dualisme enserrant le local s'assouplit. Il ne s'agit plus d'une mesure de distance physique entre un lieu et un autre occupé par un même produit mais d'une multiplicité de distances systémiques, de natures diverses et opérées avec des êtres et des objets multiples. Ces dimensions temporelle et éco-logique reconnues, font du fromage local un produit signifiant. Cette démultiplication du local est rendue visible par l'agglutination de termes suivant la désignation d'un produit comme « local » par Virginie et Pierre. Si ce terme est mobilisé d'emblée et de façon répétitive pour décrire leurs fromages, il s'avère également imparfait, incomplet – en témoigne la cohorte d'autres qualificatifs qui suivent tels que bio, artisanal, fermier, traditionnel, du terroir, frais, sain, sûr, ... Il s'agit là d'autant d'indices de l'insuffisance du terme « local » pour dire ces fromages de chèvres et ce qu'ils concrétisent. Rendre saillante la démultiplication du local dans la fabrique de nourriture permet de redéployer la finesse et la complexité de cette notion. Il se pourrait d'ailleurs fort bien que les multiples du local soient bien plus nombreux.

BIBLIOGRAPHIE

ABELES M. 2008. *Anthropologie de la globalisation*. Paris: Payot.

- BAKER K. E. 2011. « Understanding the Local Food Phenomenon: Academic Discourse, Analytical Concepts, and an Investigation of Local Food Initiatives », *Explorations in Anthropology*, 11: 3-24.
- BERARD L., MARCHENAY P. 2004. *Les produits du terroir, entre culture et règlements*. Paris : CNRS Editions.
- BERGANS J., BURNY P. & LEBAILLY P. 1988. « Caractéristiques principales de l'agriculture en région jurassique », *Le Pays gaumais*, 48 et 49ème années : 265-280.
- BOELLSTORFF T. 2013. *Un anthropologue dans « Second Life ». Une expérience de l'humanité virtuelle*. Louvain-la-Neuve : Academia/L'Harmattan.
- BORN B., PURCELL M. 2006 « Avoiding the Local Trap. Scale and Food Systems in Planning Research », *Journal of Planning Education and Research*, 26: 195-207.
- BRUNORI G. 2007. « Local food and alternative food networks: a communication perspective », *Anthropology of food*, accessed 13 May 2018. URL : <http://journals.openedition.org/aof/430>.
- CALLON M., AKRICH M., DUBUISSON-QUELLIER S., GRANDCLEMENT C., HENNION A., LATOUR B., MALLARD A., MEADEL C., MUNIESA F. & RABEHARISOA V. 2013. *Sociologie des agencements marchands : textes choisis*. Paris : Presses des Mines.
- COLLIN J-C. 2015. *Présures et coagulants de substitution: Comment faire le bon choix ?* Versaille : Quae.
- DESCOLA P. 2016. *Les usages de la terre. Cosmopolitiques de la territorialité*, Collège de France, accessed 9 September 2016, <https://www.college-de-france.fr/site/Pierre-descola/course-2016-03-09-14h00.htm>.
- FUMEY G. 2010. *Manger local, manger global. L'alimentation géographique*. Paris: CNRS Editions.
- GRASSEN C. 2014. « Re-localizing Milk and Cheese », *Gastronomica*, 14 (4): 34-43.
- HINRICHS C. C. 2003. « The practice and politics of food system localization », *Journal of Rural Studies*, 19: 33-45.
- HENNION A. 2013. « D'une sociologie de la médiation à une pragmatique des attachements », *Sociologies*, accessed 17 March 2014: [<http://journals.openedition.org/sociologies/4353>].
- HOLLOWAY L., KNEAFSEY M. 2000. « Reading the Space of the Farmers'Market : A Case Study from the United Kingdom », *Sociologia Ruralis*, 40 : 285-299.
- HOLT G., AMILIEN V. 2007. « Conclusion: from local food to localized food », *Anthopology of food*, accessed 3 February 2014: [<http://aof.revues.org/405>].
- LAMINE C. 2005. « Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers », *Sociologia Ruralis*, 45 : 324-345.
- LAMINE C. 2008. *Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs*. France : Yves Michel Editions.
- LARRERE C., LARRERE R. 2015. *Penser et agir avec la nature. Une enquête philosophique*. Paris : La Découverte.
- MARECHAL G. (dir.). 2008. *Les circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri.
- MICOUD A. 2000. « Patrimonialiser le vivant », *Espaces Temps* 74-75 : 66-77.
- NOULHIANNE X. 2016. *Le ménage des champs. Chronique d'un éleveur au XXIe siècle*, Le Mas-d'Azil : Les éditions du bout de la ville.

NYGARD B., STORSAD O. 1998. « De-globalization of Food Markets ? Consumer Perceptions of Safe Food : The Case of Norway », *Sociologia Ruralis*, 38 : 35-53.

PAXSON H. 2013. *The Life of Cheese. Crafting Food and Value in America*. Berkeley : University of California Press.

PLEYERS G. (dir.), 2011. *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation locale et conviviale*. Paris : Desclée de Brouwer.

PRALY C., CHAZOULE C., DELFOSSE C., BON N. & CORNEE M. 2011. « La notion de « proximité » pour analyser les circuits courts », XLVIème colloque de l'ASRDLF, accessed 17 September 2014 : http://www.reseaurural.fr/files/u1/asrdlf_praly_et_al_2009.pdf.

PRINGENT-SIMONIN A. H., HERAULT-FOURNIER C. 2012. *Au plus près de l'assiette. Pérenniser les circuits courts alimentaires*. Dijon : Quae / Educagri.

SINGLETON M. 1997. « De l'espace local à l'espace mondial : changement d'échelle ou changement d'essence ? », in GIESEN L. (dir.), *L'Ethique de l'espace politique mondial - métissages disciplinaires*, Bruylant : Bruxelles, chapitre VI : https://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/dvlp/documents/ms_2_global_local_M_Singleton.html.

TORRE A. 2009. « Retour sur la notion de Proximité Géographique », *Géographie, économie, société*, 11 : 63-75.

TRUBEK A. B. 2009. *The taste of place. A cultural Journey into Terroir*. Berkley/Los Angeles/London : University of California Press.

VAN DAM D., LAGNEAUX S., STREITH M. & NIZET J. 2017. *Les collectifs en agriculture bio : Entre idéalisation et réalisation*. Dijon : Educagri Editions.

WINTER M. 2003. « Embeddedness, The New Food Economy and Defensive Localism », *Journal of Rural Studies*, 19: 23-32.

NOTES

1. Le plan de cet article ne respecte pas la succession chronologique des étapes de production du fromage. Notre propos rebondit d'entrée sur les points d'analyse classiques du local: la commercialisation en circuit court.
2. Le premier contact avec ces producteurs eut lieu dans le cadre d'un long entretien et d'une visite de la chèvrerie pour une recherche collective. Des entretiens furent également menés avec l'agriculteur voisin et quelques coopérateurs. Si l'historique mouvementé de ce « collectif » n'est pas l'objet de notre propos, notons que cette contribution s'inscrit dans une étude plus vaste menée par les quatre auteurs et portant sur le vécu des collectifs en agriculture bio (Van Dam et al. 2017).
3. Pour une description fine de la complexité et des difficultés inhérentes à l'installation d'une chèvrerie bio, voir la chronique de X. Noulhianne (2016).
4. La littérature anglophone fait référence à une distance de 100 miles.
5. La Ruche qui dit oui est un groupement d'achat. Voir <https://laruchequiditoui.fr>
6. Il s'agit notamment du règlement (CE) 852/2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires auquel l'arrêté royal du 2 décembre 2005 également relatif à l'hygiène des denrées alimentaires et à l'arrêté royal du 14 novembre 2003 relatif à l'autocontrôle, à la notification obligatoire et à la traçabilité. Notons que des aménagements ont été prévus pour les petites entreprises (arrêté royal du 24 octobre 2005).

7. Voir la brochure de l'Agence Fédérale pour la Sécurité de la Chaîne Alimentaire, *Transformation et vente à la ferme*, juillet 2012.

8. *Geotrichum candidum* est aujourd'hui classé dans les levures, mais il fut longtemps considéré comme moisissure. Il colonise les fromages à pâte molle, pressée et persillée. Il contribue à la formation d'une croûte et donc à la flaveur du produit. Par son développement, il neutralise le caillé et combat le *Mucor*, moisissure que Virginie nomme Poil de chat.

9. Selon H. Paxson (2013: 130), "when contemporary cheesemakers describe their craft as a balance between art and science, this is neither incidental nor mere posturing; it is indicative of the complex and ambivalent status of craft (or artisanship) in an industrial yet post-pastoral era".

RÉSUMÉS

Cet article consiste en une analyse aussi fine que possible de l'itinéraire d'un fromage de chèvre dit local-bio-artisanal par ses producteurs de la prairie à l'assiette. En suivant les multiples modalités pratiques et symboliques de la fabrique de ce fromage, nous tentons de mettre en exergue différentes dimensions du local. Nous montrons ainsi que le local outrepassé son ancrage spatial et, ce faisant, le cloisonnement dualiste dont il est trop souvent l'objet. Nous montrons également les diverses formes d'attachements et de détachements entre les protagonistes humains et non humains de cette production qualifiée de locale mais dont les agencements évoluent au fil de son émergence.

This paper consists of an analysis as fine as possible of the route of a goat cheese called local-bio-artisanal by its producers from the meadow to the plate. By following the many practical and symbolic ways of making this cheese, we try to highlight different dimensions of the local. We show that the local overrides its spatial anchoring and, in so doing, the dual partitioning of which it is too often the object. We also show the various forms of attachment and detachment between the human and non-human protagonists of this production, described as local but whose arrangements evolve as it emerges.

INDEX

Mots-clés : produits locaux, fromage, élevage, artisanat, production bio

Keywords : local products, cheese, livestock, handicrafts, organic production

AUTEURS

SÉVERINE LAGNEAUX

Anthropologue, UCL-LAAP, severine.lagneaux@uclouvain.be

MICHEL STREITH

Anthropologue, Laboratoire de psychologie sociale et cognitive
CNRS-UCA, michel.streith@univ-bpclermont.fr

DENISE VAN DAM

Sociologue, UNamur - Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion,
denise.vandam@unamur.be

JEAN NIZET

Sociologue, UNamur - Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion,
jean.nizet@unamur.be