

La valorisation des savoirs faire au service d'un territoire: les produits coloniaux de la région Ouest de l'Etat du Santa Catarina – Brésil

Dorigon, C¹ . , Cerdan, C².

¹Chercheur à l'Empresa de Pesquisa e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri). Chapecó – Etat de Santa Catarina, Brésil.

²Chercheur au Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement. Professeur visiteur de l'Université Fédéral de Santa Catarina, Brésil.



Paper prepared for the 116th EAAE Seminar "SPATIAL DYNAMICS IN AGRIFOOD SYSTEMS: IMPLICATIONS FOR SUSTAINABILITY AND CONSUMER WELFARE".

Parma (Italy)
October 27th -30th, 2010

Copyright 2010 Dorigon, C. , Cerdan, All rights reserved. Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright notice appears on all such copies.

La valorisation des savoirs faire au service d'un territoire: les produits coloniaux de la région Ouest de l'Etat du Santa Catarina – Brésil

Dorigon, C¹., Cerdan, C².

¹Chercheur à l'Empresa de Pesquisa e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri). Chapecó – Etat de Santa Catarina, Brésil.

²Chercheur au Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement. Professeur visiteur de l'Université Fédéral de Santa Catarina, Brésil.

Résumé - Les évolutions des marchés et des formes de consommer au Brésil conduisent nombreux agriculteurs familiaux à innover dans leur manière de produire et de vendre leurs produits. Il paraît cependant nécessaire de préciser les interactions existantes entre stratégies de qualité et développement territorial. Pour répondre à ces questions, notre article s'appuie sur les résultats d'une étude sur les « *produits coloniaux* » de la région Ouest de Santa Catarina, située au sud du Brésil. Cette région est connue pour avoir développé le plus important de pôles de production-transformation de viandes de porcs et volailles, à partir d'un modèle associant des agriculteurs familiaux à de grandes agro-industries (modèle d'intégration). Avec l'évolution des dynamiques productives, des producteurs se tournent alors vers la production artisanale de produits et construisent leur propre « agro-industrie familiale rurale » en s'appuyant d'un marché de proximité (villes intermédiaires) et de la bonne image des images des « produits coloniaux ». Cette communication propose d'analyser dans quelle mesure la mobilisation des savoirs faire liés à ces productions traditionnelles et la construction de marchés alternatifs qui leur sont associés permettent l'émergence de nouvelles formes d'organisation et éventuellement, une meilleure articulation avec les dynamiques sectorielles de production de viande présentes sur le territoire.

Mots clés : construction sociale des marchés, production de qualité, production artisanale, mouvements sociaux

I. INTRODUCTION

Les évolutions des marchés et des formes de consommer au Brésil conduisent nombreux agriculteurs familiaux à innover dans leur manière de produire et de vendre leurs produits: transition d'une agriculture conventionnelle à une agriculture

biologique, définition de nouvelles règles de production dans le cadre d'une production labellisée, amélioration de la promotion et de la qualité des produits, reconnaissance d'indication géographique, construction de nouvelles formes de commercialisation (vente directe sur les marchés, livraison de paniers de produits aux consommateurs). Plusieurs travaux montrent que ces changements techniques et organisationnels ont des retombées positives, contribuent à reconnecter l'agriculture à son territoire. On observe ainsi que des activités et modes de commercialisation destinés en premier lieu à diversifier l'offre et segmenter les marchés, se retrouvent au cœur du débat sur le développement territorial durable. Ces activités sont qualifiées par les acteurs publics ou la société civile comme outils potentiels au service de la promotion de l'agriculture familiale, de la protection de la biodiversité, de la durabilité de l'agriculture et de ses territoires, pour de nouvelles formes de gouvernance territoriale. Or, cette requalification ne va pas de soi.

Il paraît nécessaire de préciser les interactions existantes entre stratégies de qualité et développement territorial. La différenciation de produits et les formes de commercialisation permettent-elles l'émergence de nouvelles formes d'organisation territoriale, redéfinissant le devenir de l'agriculture familiale marginalisée dans des territoires? Représentent-elles réellement une stratégie alternative de développement territorial durable ?

Pour répondre à ces questions, notre article s'appuie sur les résultats d'une étude sur les « *produits coloniaux* » de la région Ouest de Santa Catarina, située au sud du Brésil. Ces produits élaborés artisanalement par les descendants des familles italiennes et allemandes installés dans la région depuis le début du XX^{ème} siècle. Parmi ces produits, les plus

importants sont les dérivés de viande porcine (charcuterie), du lait de vache (fromage colonial principalement), de fruits et légumes (confitures, compotes, conserves), pains et pâtisseries. Ce sont donc des produits qui mobilisent des savoir-faire anciens.

La région étudiée est connue pour avoir développé le plus important de pôle de production-transformation de viandes de porcs et volailles, à partir d'un modèle associant des agriculteurs familiaux à de grandes agro-industries (modèle d'intégration). Ces agro-industries ont connu un essor important, elles sont aujourd'hui leaders sur le marché mondial pour leur production alimentaire agroindustrielle.

Cependant, à partir des années 1990, ce modèle économique présente des difficultés : le territoire connaît une forte crise liée à la concentration de la production et l'exclusion massive de producteurs de porcs du modèle d'intégration, impactant fortement la vitalité du territoire.

Une partie des producteurs se tournent alors vers la production artisanale de produits et construisent leur propre « agro-industrie familiale rurale », individuellement ou en petit groupe (4 -5 familles). Ces quinze dernières années, ces initiatives se sont multipliées en s'appuyant d'un marché de proximité (villes intermédiaires) et de la bonne image des images des « produits coloniaux ».

Cette situation originale où la région combine à la fois des productions industrielles et des produits traditionnels se démarque des analyses que l'on rencontre dans la littérature où l'on aurait d'un côté des espaces bénéficiant d'avantages comparatifs pour la production de biens standardisés et qui suivent une trajectoire de production de masse, en prolongement du modèle fordiste [1] et de l'autre des régions en marge de ces processus qui optent pour un autre modèle de développement rural, basé sur la valorisation de produits et de ressources spécifiques. Notre cas d'étude, comme d'autres sans doute, se caractérise par la présence de multiples acteurs, agricultures familiales, agroindustriels qui juxtaposent ou associent des modèles différents de développement dans le territoire. Ceci « *pose la question de la durabilité de ces « associations » et de la cohérence des modes de mise en valeur du territoire et des ressources par l'activité agricole* » [2].

Cette communication propose d'analyser dans quelle mesure la mobilisation des savoirs faire liés à ces productions traditionnelles et la construction de marchés alternatifs qui leur sont associés permettent l'émergence de nouvelles formes d'organisation et éventuellement, une meilleure articulation avec les dynamiques sectorielles de production de viande présentes sur le territoire.

Après avoir présenté les effets de stratégies de qualification sur le développement territorial, nous présenterons notre méthodologie de travail (section 3), le contexte de l'étude et les principales caractéristiques des agro-industries rurales, leur formes de commercialisation, leurs difficultés et de construction de leur marché (section 4), nous discuterons et vérifierons dans quelle mesure ces stratégies de commercialisation peuvent aider à la reconnexion des agricultures à leur territoire (section 5). Les produits coloniaux contribuent au renouvellement de l'image de la région, associée à la production agroindustrielle, en revendiquant les origines européennes (italiens et allemands), la production d'aliments typiques et une agriculture familiale fortement ancrée dans son territoire.

II. LES EFFETS MESURES OU PRESUMES DES STRATEGIES DE VALORISATION DE LA QUALITE ET DE L'ORIGINE SUR LES TERRITOIRES

L'étude des interactions entre stratégies de qualité, valorisation des savoir faire et le développement territorial fait l'objet de nombreuses publications. Elle se développe en Europe dans les années 1990, à la demande des producteurs, ou des acteurs publics soucieux de justifier leur démarche. L'enjeu principal est la construction d'indicateurs permettant de mesurer la contribution des produits de qualité et d'origine aux dynamiques de développement, et de disposer ainsi d'arguments susceptibles de conforter leur légitimité [3]. Il s'agit ensuite indirectement d'identifier les conditions de réussite de ce type de démarche. Les signes les plus étudiés sont les indications géographiques, sans doute en raison de leur caractère contesté au niveau international (discussion OMC) [3,4].

Les travaux sur la construction sociale de la qualité des produits et sur le développement territorial regroupent une large part des contributions. Les économistes et géographes de Grenoble montrent par exemple que la différenciation par la qualité d'un seul bien (l'huile de Nyons) fonctionne plutôt comme une opportunité temporaire pour le territoire. En effet, les stratégies de promotion de qualité d'un produit n'écartent pas définitivement la concurrence, la substitution ou l'imitation possible du produit par une autre région ou par une autre catégorie d'acteurs [5]. Il y a donc à terme, peu de retombées économiques et sociales sur le territoire. En revanche, les auteurs vérifient l'hypothèse que l'effet territorial et la construction d'une offre de biens et services serait moins substituable que l'effet qualité dans la constitution de la rente pour les acteurs locaux et le maintien d'une certaine situation de monopole [5]. C'est l'hypothèse du panier de biens et de services [6]. Celle-ci repose sur la mise en cohérence dans un même territoire de produits alimentaires et de services touristiques se renforçant mutuellement et contribuant à générer une image positive. La réussite du processus dépend de la capacité des acteurs à capter les demandes émanant des touristes et des consommateurs [6]. Il dépend aussi de la capacité des acteurs locaux (producteurs familiaux) à se rapprocher d'autres sphères (professionnels du tourisme, collectivités territoriales, mairies).

La plupart de ces études adoptent des approches économiques et testent des méthodes d'évaluation qui ne sont pas simples à mettre en œuvre. Rares sont les situations où l'on peut, par exemple, évaluer de manière diachronique ou synchronique l'« effet Qualité » d'un produit sur une région déterminée. L'étude du Ministère de l'Agriculture Français sur l'appellation d'origine Comté dans le Jura est un cas d'école : la présence de deux fromages - l'Emmental-fromage non AOC et le Comté -AOC depuis 1958 dans la même région, permet une analyse synchronique de quelques indicateurs clés et de mesurer les « effets AOC » du Comté [4]. D'autres études, se revendiquant de la géographie ou de la sociologie rurale, propose des modèles visant à analyser la question de l'impact territorial des produits de qualité et d'origine en insistant sur l'articulation entre filière de production et territoire. Il s'agit

alors « de considérer ces bassins de production non pas uniquement comme des réceptacles soumis aux seules stratégies économiques, mais comme des objets dont les caractéristiques (naturelles, productives, sociales) infléchissent à leur tour la structure et le fonctionnement des entreprises » [3]. Elles analysent plus finement les mécanismes de coordination d'acteurs et le rôle de ces professionnels impliqués dans les démarches de qualité dans les dynamiques territoriales.

L'analyse de ces travaux met en évidence un certain consensus dans les littérature sur les différents attributs ou effets attendus des processus de qualification sur le développement rural. Certains d'entre eux sont liés au fait que les IG et les signes de qualité sont des construits collectifs, où les règles et les pratiques – principalement le cahier des charges et la zone de production sont le résultat de compromis et de négociations entre les porteurs du projet [7,8,3].

Cette première approximation des effets attendus est importante, mais reste insuffisante. En accord avec TRAGEAR et al (2007), il paraît également nécessaire de prendre en compte dans ces analyses, les choix collectifs et les orientations qui sous-tendent les actions ou les politiques publiques pour la promotion des ressources locales [9].

Notre travail fait écho à ces différentes contributions. Il part de la reconnaissance de l'importance accrue de la construction de marchés et le rôle de plus en plus actif des consommateurs dans ces dynamiques [9]. Dans cette perspective, nous centrerons notre analyse sur la construction de marchés alternatifs pour comprendre l'émergence de nouvelles formes d'organisation et une reconnexion de l'agriculture à son territoire.

III. MATÉRIELS ET MÉTHODES

Ce texte s'appuie sur les résultats d'une thèse de doctorat [11]. Ce travail a eu pour objectif celui d'analyser la construction sociale du marché de produits coloniaux de la région ouest de Santa Catarina, et mobilise des approches théoriques qui tiennent en compte la valorisation territoriale par la production de produits de qualité différenciée. Pour l'accomplissement de la recherche citée, nous avons appliqué 62 entretiens semi structurés, composant la

source principale de matériel empirique pour l'élaboration des analyses. De ce total, 55 entretiens ont été appliqués dans la région en question, au cours des mois d'octobre 2006 et février 2007, auprès d'agriculteurs, de techniciens, de leaders syndicaux, de dirigeants de coopératives, d'ONGs, de directeurs d'agro-industries de taille moyenne, de gérants de supermarchés, entre autres. D'autres entretiens ont été réalisés postérieurement afin de vérifier ou de compléter des informations. Dans un deuxième temps, nous avons cherché à identifier les possibilités des produits coloniaux à accéder les marchés hors de la région, nous avons ainsi interviewé des chefs de cuisine dans les grandes villes du Brésil, effectué une recherche documentaire et bibliographique et participé à des événements comme la *Feira da Agricultura Familiar* et le *I Terra Madre* réalisé à *Brasília* en octobre 2007. À *Rio de Janeiro* des propriétaires de restaurants-grill et des gérants de restaurants ont été contactés. Nous avons organisé sept entretiens de chefs de cuisine, trois à *Rio de Janeiro*, – dont deux liés au mouvement *Slow Food* – et deux à *Brasília* au moment de la réalisation du *Terra Madre* en octobre 2007, également liés au mouvement *Slow Food* – l'un de *Brasília* et l'autre de *Belém do Pará*. La recherche bibliographique et documentaire a porté sur des périodiques et des livres concernant l'économie de qualité et les produits de qualité spécifique, un journal périodique brésilien spécialisé dans culinaire (*Revista Gula*) cherchant à repérer – sur la période entre 2004 et 2006 – les quelques reportages à propos des produits coloniaux. Dans la région ouest de *Santa Catarina*, nous avons consulté, notamment, les journaux locaux, pour suivre les événements régionaux organisés autour des produits coloniaux et identifier de quelle façon l'image de tels produits était envisagée par la média locale. Nous avons également analysé le matériel de diffusion et d'information (des publications du gouvernement fédéral, de l'Etat, des mairies, des ONGs), des textes et des publications sur les produits coloniaux, le matériel pour la divulgation des organisations locales, entre autres. Cet ensemble de matériels hétérogènes compose la base empirique de la recherche synthétisée dans ce texte.

IV. BRÈVE CARACTÉRISATION DE LA RÉGION ANALYSÉE

La région ouest de l'Etat de *Santa Catarina* – Brésil abrite environ 1,15 millions d'habitants distribués dans 118 villes (40% des villes de l'Etat), dont environ 30% (360 000) vivent au milieu rural [12]. La région occupe un territoire de 25.300 km², représentant 26% de l'aire du l'Etat de *Santa Catarina*. Elle contribue pour plus de 50% de la production agricole de l'Etat. Plus de 51% de la population économiquement active est impliquée dans les activités primaires.

La région a été colonisée par des immigrants européens d'origine italienne et allemande qui se sont installés, à la fin du XIXe siècle, dans la *Serra Gaúcha*, région de l'Etat voisin –le *Rio Grande do Sul*, connue pour son dynamisme économique et sa meilleure qualité de vie et équité sociale du Brésil. À partir du début du XXe siècle, leurs descendants, en quête de nouvelles terres, ont commencé à coloniser l'ouest de *Santa Catarina* et, postérieurement, le Sud-ouest du *Paraná*, *Mato Grosso do Sul*, *Mato Grosso*, et des Etats de l'*Amazônia*, Sud-ouest de la *Bahia* et *Goiás*, créant un des courants migratoires le plus caractéristiques et emblématiques du Brésil. Actuellement, ces descendants d'immigrants sont parmi les principaux responsables pour la grande production de grains dans ces régions.

La colonisation de la région ouest de *Santa Catarina* a été organisée par des entreprises privées, qui ont acquis des grandes portions de terres de l'Etat et les ont subdivisés en petits lots, en général d'environ 22 hectares, désignés « colonies ». Aujourd'hui, La région possède à peu près 80 000 établissements ruraux, dont 95% appartiennent à des agriculteurs familiaux présentant une taille inférieure à 50 hectares, et dont 70% présentent moins de 20 hectares [12]. De cette façon, une des caractéristiques de la région est un modèle foncier assez bien distribué, ce qui permet l'accès à la terre à des milliers de familles d'agriculteurs, base du développement socio-économique de la région.

La polyculture est une autre caractéristique des propriétés rurales, et où *prédominent l'agriculture familiale diversifiée tournée vers le marché et intégrée*

à l'industrie agro-alimentaire¹ [13]. Ce modèle compose le fondement historique de la croissance économique de la région, aujourd'hui, siège des principales industries agroalimentaires de porcs et volailles du Brésil. Ces entreprises se sont développées et étendues vers autres régions du Brésil et des pays voisins, elles sont actuellement des leaders mondiaux pour l'exportation des volailles et des porcs, se présentant de plus en plus dans les marchés globaux [14].

Cependant, à partir du milieu des années 80, cette même agriculture commence à confronter une forte crise motivée, entre autres éléments, par l'exclusion massive de producteurs de porc par les industries agro-alimentaires [13], engendrant des effets graves non seulement au milieu rural, mais aussi à l'ensemble de la région, vu que les petites villes sont fortement dépendantes de l'agriculture.

À présent seulement une portion de ces petites exploitations agricoles est intégrée à l'industrie agro-alimentaire – dans l'élevage des volailles ou des porcs –, dû aux nouvelles exigences imposées par les industries alimentaires (augmentation des tailles des élevages, exclusion des exploitations aux systèmes de production diversifiés jugés peu rentables) L'exclusion des agriculteurs a empiré des problèmes sociaux et environnementaux, obligeant l'Etat, les préfectures et les agriculteurs et leurs organisations à chercher des alternatives d'insertion autonome des agriculteurs familiaux dans les marchés.

A partir du milieu des années 1990, et comme réponse à ce phénomène important d'exclusion, une partie des agriculteurs familiaux commence à produire et commercialiser des « produits coloniaux »². Ces

¹ L'« intégration » est entendu comme le système de contrats par lequel les industries agroalimentaires fournissent les matrices ou les poussins, l'alimentation, le traitement, l'assistance technique et assurent l'achat des animaux, étant aux agriculteurs les investissements dans les installations, les équipements et la main-d'oeuvre demandée par l'élevage.

² Rappelons que nous entendons par « produits coloniaux », les aliments élaborés artisanalement par les descendants des familles italiennes et allemandes installés dans la région depuis le début du XXe siècle. Parmi ces produits, les plus importants sont les dérivés de viande porcine (charcuterie), du lait de vache (fromage colonial principalement), des fruits et des légumes (confitures, compotes, conserves), des pains et pâtisseries.

aliments ont pendant longtemps été destinés surtout à l'autoconsommation des familles rurales, une faible partie étant écoulee sur les marchés locaux. Conforme à leur définition, l'image des produits coloniaux est liée aux descendants d'européens qui ont migré dans la région et ont constitué les « colonies ». Dans la région, « *colono* » est aussi synonyme d'agriculteur. Donc, « colonial » fait référence à une certaine culture et tradition, attachée au savoir-faire des immigrants de l'Europe non ibérique, au mode de vie, à leurs façons spécifiques d'occuper le territoire et le cultiver, qualités appréciées par les consommateurs³.

Notons que ces produits étaient déjà commercialisés par les femmes sur le marché local dès le début de la colonisation – essentiellement du fromage, des œufs et du poulet, des produits transformés et préparés dans leur cuisine. Mais c'est bien plus tard que les agriculteurs familiaux, individuellement ou organisés dans des petits groupes (de 3 à 5 familles de voisins ou familiers) et avec le soutien des mairies, de l'*Empresa de Pesquisa e Extensão Rural de Santa Catarina* (Epagri) et des ONGs ont passé à formaliser leur production en construisant les « agroindustries familiales rurales ».

Avec l'image positive et des valeurs des produits coloniaux est alors en construction un marché de produits avec des attributs de qualité spécifiques qui se

³ En dépit du manque de données empiriques qui permettent de projeter le profil de ces consommateurs de produits coloniaux, les informations que l'on dispose jusqu'à maintenant indiquent des consommateurs de classe moyenne, composée par des professionnels libéraux, comme par exemple, des médecins, des avocats et des ingénieurs, aussi bien que des entrepreneurs, des fonctionnaires et des cadres. Ces consommateurs achètent leurs produits directement des agriculteurs (ils vont chez l'agriculteur ou, ce qui est plus fréquent, l'agriculteur livre chez le consommateur), dans de petits supermarchés, des épiceries et des boulangeries ou se rendent sur les marchés qui se trouvent dans la plupart des villes de la région. Généralement, ces consommateurs sont d'origine rurale (ils sont des ex-agriculteurs ou même des fils d'agriculteurs), ou bien ils cherchent des produits de qualité différenciée, qui est assurée par les relations de confiance.

distinguent, par conséquent, de ceux produits par les agro-industries traditionnelles.

V. LE MARCHÉ DES PRODUITS COLONIAUX

Dès le début de la colonisation, les propriétés rurales ont un caractère de polyculture, avec la production de produits pour la subsistance aussi que pour le marché. Une propriété typique (22 ha) est composée d'un petit verger pour la production de fruits pour la consommation de la famille : des pêches, des poires, plusieurs types d'agrumes, entre autres. L'excédent de production est transformé en confitures et conserves pour être consommé au cours de l'année. Les descendants d'italiens quant à eux, possèdent des petites parcelles de vigne, pour la production du vin, du jus de raisin, des confitures et des gelées. Il existe chez eux, de la même façon un potager pour la culture de légumes divers, afin d'enrichir leur alimentation. Presque toutes les propriétés réservent également une parcelle de terre (0,5 ha), pour la canne à sucre – nécessaire à la fabrication de la cassonade, de la mélasse pour les confitures de fruits et de légumes de saison (oranges, cristophines, citrouilles, patates douces). La canne à sucre excédentaire est remise à un propriétaire d'un alambic, en général de la propre communauté, pour la fabrication de l'eau de vie.

A cette époque, on élève aussi des poules « *caipiras* » pour la production de la viande et des œufs, quelques bovins, des animaux de traits et des vaches laitières, dont le lait était destiné à la consommation alimentaire et à la fabrication du fromage colonial. Au début de la colonisation, le blé était cultivé, une partie était transformée en farine et le reste était commercialisé, enfin, le haricot, le riz, le manioc, la cacahuète, le maïs, comptent parmi les autres cultures de subsistance. C'est à partir de ces matières premières que sont élaborés les produits coloniaux, qui viennent compléter l'offre territoriale d'aliments, dominés par les dérivés du porc et de volailles, dont la production primaire était, au premier plan, produite pour les industries agroalimentaires de la région.

La production de ces produits coloniaux était une activité plutôt exercée par les femmes. La vente des excédents de production était également faite par les femmes, surtout celles de familles plus pauvres, qui

étaient obligées à recourir à ce marché pour compléter les revenus familiaux. Les agriculteurs plus capitalisés sont en général des producteurs de porcins, volailles et/ou grains, ces activités sont mieux plus valorisées socialement. Ils ne s'intéressent guère à ces productions coloniales. Ceci explique pourquoi il existe encore aujourd'hui, une certaine dépréciation de ces produits coloniaux même parmi les agriculteurs.

Les produits coloniaux, élaborés selon des techniques et des méthodes traditionnelles, adoptées bien avant le processus d'industrialisation de l'agriculture, répondent aujourd'hui aux préoccupations croissantes des consommateurs pour leur santé et la durabilité environnementale. Certains de ces produits recourent à des méthodes de conservation « naturelles », comme par exemple, la conservation du fromage par son immersion dans le marc de raisin, la production de confitures à partir de la cuisson de fruits dans la mélasse de canne à sucre, l'usage de conservateurs naturels dans la production de saucissons (du vin et de l'ail, le fumage), entre autres méthodes traditionnelles.

En ce qui concerne le marché des produits coloniaux, celui est caractérisé par la présence de nombreux circuits courts avec la prédominance de la vente directe ou sur les marchés (foires). Une telle forme de commercialisation se base dans les relations de confiance entre les « *colonos* » et les consommateurs. De cette façon, bien que le marché de produits coloniaux ait toujours existé depuis le début de la colonisation, c'est seulement à partir des années 1990, avec la remise en cause des consommateurs pour certains produits standardisés, que ce marché apparaît comme une véritable option pour augmenter le revenu des agriculteurs. Ces derniers, de façon individuelle ou organisés en groupe de 3 à 5 familles, et soutenus par les mairies, l'Épagri et les ONGs passent à construire les « agroindustries familiales rurales » pour formaliser un marché qui existait déjà sous une forme informelle et donc peu porteur.

Néanmoins, ce n'est qu'après avoir un marché déjà construit, une demande stabilisée pour viabiliser leur entreprise d'un point de vue technique et économique que les agriculteurs construisent leurs agro-industries familiales. Cette précaution peut expliquer le très faible taux d'échec de ce type d'entreprise

(comparativement à d'autres expériences conduites dans d'autres régions).

L'agro-industrie familiale rurale peut être définie comme une forme d'organisation où la famille rurale – de façon individuelle ou en groupes – industrialise une partie de sa production agricole en ayant pour but l'augmentation de la valeur d'échange dans la commercialisation. Elle se caractérise aussi par certains traits, à savoir: localisation dans le milieu rural, petites échelles, production de la matière première à la ferme ou chez des voisins, procédés artisanaux et utilisation de la main-d'œuvre familiale. Elles sont appelées de trois façons, considérées comme synonymes: "agroindústrias familiares rurais" (agroindustries familiales rurales), "agroindústrias rurais de pequeno porte" (agroindustries rurales de petite taille) et "pequenas agroindústrias" (petites agroindustries).

Les agro-industries familiales rurales sont construites par les agriculteurs pour qu'ils puissent évoluer du marché informel au marché formel. L'entrée dans le marché formel passe par la construction d'un bâtiment en maçonnerie projeté par des ingénieurs, en accord avec les normes techniques figurées dans la législation, par l'acquisition d'équipements, par l'engagement de techniciens (vétérinaire et ingénieur chimiste) et par l'association à une coopérative ou par la constitution d'une micro-entreprise, des conditions nécessaires pour la formalisation sanitaire et fiscale.

Ces unités peuvent être vues ici comme un point de passage obligatoire [15], en accord avec la terminologie de la Théorie Acteur-Réseau, par laquelle les produits coloniaux ont besoin de passer, en cas de prétendre faire partie du marché formel. Dans les agro-industries familiales rurales est situé un ensemble d'artefacts, tels que des pasteurisateurs, des autoclaves, des pressoirs, des ustensiles en *inox*, des levures, des conservateurs, des colorants, des antioxydants, des étiquettes, des emballages plastiques, entre autres qui, associés à la tradition des agriculteurs familiaux, donnent un « produit colonial hybride », car ils sont l'amalgame entre des savoirs traditionnels et des connaissances de la science et de la technologie venus des modernes laboratoires. Ainsi, les produits coloniaux passent par d'importantes transformations, qui les rapprochent des produits

industriels, comme par exemple, l'exigence légale de pasteurisation du lait pour la fabrication du fromage colonial, traditionnellement produit avec du lait cru ou l'obligation de l'addition de conservateurs dans les charcuteries. Ces transformations sont encore peu discutées dans la région par des techniciens et des agriculteurs et les risques de décaractérisation de tels produits sont encore peu dénoncés.

Une caractéristique remarquable du marché des produits coloniaux et qui concerne principalement ceux qui construisent les agro-industries familiales rurales, est la forte présence de leaders du milieu rural. Ces individus témoignent d'une trajectoire de militantisme dans des mouvements sociaux, ONGs, partis politiques et syndicats et ont commencé à s'articuler autour de ces réseaux de petites coopératives, qui connectent différents acteurs préalablement éparpillés. De cette façon, le colonial engendre de la mobilisation et de la construction de réseaux qui s'étendent et se consolident.

Un autre aspect pertinent du marché des produits coloniaux est la valorisation et la reconnaissance sociale des agriculteurs qui accèdent au marché par le biais des produits coloniaux, ce qui n'arrive pas quand ils travaillent dans des activités conventionnelles comme la production de porcs, de volailles, de lait, de grains et de tabac – où ils sont des simples producteurs anonymes de matière première. Le marché des produits coloniaux fournit également aux agriculteurs la possibilité de participer à de nouveaux espaces de discussion et d'échange de connaissances, rompant l'isolement social auquel la plupart des communautés rurales de la région est soumise.

Une des particularités du milieu rural de l'ouest de *Santa Catarina* est l'existence d'une vie communautaire intense, établie dès le début du processus de colonisation. Dans la plupart des cas, les liens sociaux entre les familles d'agriculteurs sont antérieures à leur arrivée dans la région. Les familles de voisins ou les connaissances de la *Serra Gaúcha*, migraient ensemble et obtenaient leurs propriétés proches les unes des autres. Ces relations sociales préétablies ont été très importantes pour faire face aux énormes difficultés trouvées dans la région d'accueil, encore couverte d'une forêt dense, n'ayant qu'un très faible niveau d'infrastructures et éloignée des centres urbains. Dans ces circonstances, les relations de

solidarité et d'aide mutuelle jouaient des rôles très pertinents, comme l'échange de main-d'œuvre, la formation de groupes de travail⁴, le prêt d'outils et d'animaux, l'échange de semences et le transport solidaire jusqu'aux centres urbains.

Les communautés rurales, territorialement délimitées, détiennent un centre communautaire où se trouvent les infrastructures sociales comme l'église, l'école, le pavillon communautaire, le terrain de pétanque, le terrain de football et le cimetière. C'est autour de ce centre communautaire que se développe la vie sociale et religieuse : cultes des dimanches, fêtes, bals, mariages, funérailles, matchs de football, parmi d'autres activités sociales. C'est aussi dans le pavillon communautaire que déroulent les événements techniques, les conférences et les réunions organisées par les ingénieurs de l'Epagri, par les techniciens des coopératives, des industries agroalimentaires, par les entreprises des semences, des pesticides, des engrais pour la promotion de leurs produits ou encore les réunions du syndicat, des ONGs et des hommes politiques pendant les élections. Selon Tönnies [16], cette forte tradition communautaire présente dans la région ouest de *Santa Catarina* contribue à expliquer l'émergence de groupes d'agriculteurs pour la construction de ces agro-industries familiales rurales.

Néanmoins, les communautés rurales de l'ouest de *Santa Catarina* subissent un processus accentué de transformation, issu de facteurs tels que l'intense exode rural et les changements technologiques et organisationnels de la production. Citons par exemple : l'intégration et concentration dans la porciculture et l'aviculture (augmentant les différences sociales), la diffusion des moyens de communication modernes (la télévision, les téléphones portables, l'internet, etc.) et l'élargissement de l'échange de relations sociales et économiques avec la ville. Malgré ces transformations, le concept de communauté

⁴ Même aujourd'hui cette tradition est conservée dans la plupart des communautés : en cas de maladie, les agriculteurs voisins se réunissent et organisent les « *puxirões* », façon dont l'on appelle les groupes de travail dans la région. Pour une discussion à propos de ce procédé d'aide mutuelle au Sud du Brésil, voir CALDEIRA [17]. Pour une discussion de coopérativisme voir aussi CHACON [18].

attribué par Tönnies aide encore à expliquer la formation des groupes d'agriculteurs et des relations sociales plus étendues. La région ouest de *Santa Catarina* se définit aussi par une intense présence d'organisations sociales, avec des objectifs et des formes organisationnelles les plus diverses. Cette diversité d'organisations est portée aussi dans le milieu rural. Dans toutes les villes de la région, on recense des syndicats de travailleurs ruraux, voire de coopératives, des ONGs, des associations d'agriculteurs. Il existe de la même façon un nombre expressif de *assentamentos* (terres où se sont installés les paysans sans terre bénéficiaires de la réforme agraire) qui, parmi leurs divers aspects associatifs, proposent des innovations organisationnelles pour la production et la commercialisation de produits. Des coopératives spécifiques des *assentados* investissent dans les agro-industries, et même construisent une Coopérative Centrale. Ce capital social sert de substrat à la construction et à la valorisation du marché des produits coloniaux et du territoire.

VI. DISCUSSION

Bien qu'elles soient importantes, les qualités intrinsèques des produits coloniaux ne peuvent signifier que l'une des dimensions de leur marché, dont les racines sont ancrées dans la culture et les valeurs héritées des immigrants, partagées par leurs descendants, appartenant à leur patrimoine historique et collective.

La valorisation récente et la mobilisation autour des produits coloniaux peuvent être comprises comme une réaction d'un territoire face à des sérieuses menaces. L'exclusion des activités traditionnelles, l'appauvrissement, l'exode rural et même le déchirement du riche tissu social qui jusqu'à récemment, était partie de la vie communautaire de ces « *colonos* », menaçant leurs propres perspectives futures de la région dans son ensemble. Les descendants des immigrants européens, après avoir quitté la *Serra Gaúcha* à l'ouest de *Santa Catarina*, ont construit en quelques décennies, un grand parc agro-alimentaire et un important réseau coopératif. Avec l'évolution de ces structures économiques de la région, une partie des agriculteurs, encore modeste, mais soutenue par les ONG, les syndicats, les mairies,

les organismes de l'Etat, du gouvernement fédéral et d'autres acteurs, ont commencé à chercher des options pour réagir à l'exclusion et à l'affaiblissement socioéconomique du territoire. Cette initiative confirme que lorsque les activités conventionnelles montrent leurs limites pour maintenir ou renforcer le développement territorial, certains agriculteurs se tournent vers les connaissances héritées et leurs traditions pour produire des produits de qualité différenciée. Ils contribuent à modifier l'image de ce territoire. En effet, jusqu'à la fin des années 1990 le milieu rural de la région ouest de *Santa Catarina* n'était considéré que comme espace de production de matières premières, depuis lors son espace rural passe à exercer d'autres fonctions. Et l'agriculture familiale, avec ses connaissances, sa diversité et sa relation spécifique avec des ressources naturelles commence à être considérée par de larges segments de la société comme un segment qui doit être maintenu. Les « produits coloniaux » porteurs de ces valeurs, ont réussi à rassembler quelques alliés, parmi lesquels les consommateurs qui, au moment de les acheter, montrent leur intérêt à préserver quelque chose qui est sous la menace de disparition, en raison de l'affaiblissement de la base principale à laquelle l'économie de la région a été construite : l'agriculture familiale. Autrement dit, les « produits coloniaux » peuvent être vus comme un effort du territoire pour que le « *colono* » se maintient avec dignité dans le milieu rural. Dans cette perspective, les produits coloniaux sont alors perçus comme un patrimoine à valoriser et à gagner de visibilité, selon l'analyse de Dorigon (2008).

Bien que ce processus ne soit qu'à un stade initial, le marché des produits coloniaux démontre auparavant sa vitalité et son dynamisme. Au-delà de la taille du marché et de nombre de producteurs déployés, il faut aussi considérer l'importance des ressources matérielles, humaines et politiques déployées dans la région, fondée sur ces opportunités économiques et sociales. Le mouvement de valorisation des produits coloniaux coïncide avec une période de profonds changements dans la consommation de produits alimentaires, avec des répercussions importantes sur le système agro-alimentaire dans son ensemble. Car les aliments issus de l'agriculture à grande échelle et les produits industriels subissent une crise croissante de

confiance de la part des consommateurs [19]. soucieux de la contamination par les pesticides, la modification génétique, par les additifs chimiques et des questions sociales et environnementales impliquées dans leur processus de production.

Bien que ces transformations soient encore balbutiantes au Brésil, une partie importante des consommateurs commence déjà à être guidés par ces valeurs. Les produits coloniaux, élaborés à partir de savoirs traditionnels, antérieurs donc à l'avènement d'engrais modernes, sont désormais appréciés par les consommateurs.

Les agriculteurs qui captent plus efficacement l'image positive des produits coloniaux sont ceux qui sont en contact avec le monde extérieur à leur communauté et donc se rendent compte des attributs positifs de ces produits auprès des consommateurs. À partir de cette perception, ces agriculteurs peuvent faire des connexions entre le monde où ils vivent – les communautés rurales – et le monde urbain et commencent à monter leurs unités pour élaborer des produits coloniaux pour répondre aux exigences de ce marché. On observe la (re)signification de certaines activités qui autrefois dépréciées, identifiées comme une activité typique de *colonos* pauvres (la transformations des abats), passent à être perçus comme des stratégies de qualité et de différenciation.

La participation à des réseaux d'ONGs, de syndicats, de partis politiques, entre autres organisations est essentiel pour que les agriculteurs arrivent à capter les attributs des produits coloniaux. La participation à ces réseaux et organisations leur permet l'accès à de nouvelles sources d'informations et d'échanges d'expériences. Participer à des conférences, séminaires, excursions, voyages de loisir, foires et expositions, leur offre une occasion de contact avec le monde extérieur et leur permet de capter les valeurs des consommateurs. Par la suite, les produits coloniaux commencent à être perçus différemment par les *colonos*. C'est pour cette raison est que les agriculteurs les plus impliqués dans ces agroindustries familiales rurales sont plutôt, justement, ceux qui participent dans les ONGs, les mouvements sociaux, les partis politiques ou d'autres formes d'organisation.

Toutefois, les valeurs présentes dans les produits coloniaux sont également assimilées par les

entreprises et des techniciens du secteur agro-alimentaire qui tentent de combiner leurs connaissances techniques à ces valeurs pour occuper le marché de ces produits. En faisant cela, ils s'approprient non seulement des valeurs produites par les *colonos*, mais aussi commencent à banaliser l'utilisation de l'image des produits coloniaux, parce qu'ils adoptent des méthodes de production industrielle. Les méthodes industrielles sont également adoptées par de nombreuses agro-industries familiales rurales, ce qui commence à connaître un processus de « désingularisation » d'un marché naissant de produits « singuliers » dans l'abordage de Karpik [20]. Ainsi, après avoir été exclus des grandes industries agro-alimentaires, ces *colonos* sont dépossédés de leur propre image de colonial.

A ce jour, il n'y a aucune discussion par les acteurs quant à l'utilisation de l'image de « colonial » et de son règlement par la création de mécanismes de contrôle tels que la désignation d'origine ou un autre quelconque. De cette façon, l'image du colonial est « quelque chose qui flotte dans l'air », comme s'il était un bien commun que chacun, sans distinction, a le droit d'utiliser.

Le marché des produits coloniaux n'a pas seulement de répercussions immédiates sur le revenu. Un résultat important pour les agriculteurs qui produisent et vendent ces produits fait référence à l'apprentissage et aux contacts favorisés, obtenant ainsi un sens de lutte contre la pauvreté et brise l'isolement social qu'une partie considérable de ces agriculteurs est soumise.

La vente de produits coloniaux permet l'intégration des compétences acquises auprès du marché, avec la revalorisation et la réappropriation du savoir traditionnel et du savoir-faire des *colonos*, ce qui entraîne un processus complexe d'élaboration de leurs propres projets, de méthodes de production, de technologies, de marques et d'introduction de « nouveaux » produits sur le marché. Cette valorisation des connaissances traditionnelles a des effets importants sur la valorisation aussi de ces populations rurales. C'est à dire, elle contribue à la récupération de l'amour-propre et de la notion de citoyenneté de ces *colonos*.

Notons également, que ces produits sont déjà commercialisés en dehors de la région, par le biais du courant migratoire, vers aux Etats du Centre-Ouest ou

même du Nord et du Nord-Est [21]. Ce mouvement est encore peu expressif en termes de volumes livrés et des valeurs sur le marché, car il est avant tout un marché informel. La majorité absolue des usines de transformation pour les produits animaux ne sont pas autorisées par les organisme de fiscalisation de commercialiser hors les frontières de l'Etat de *Santa Catarina*. Pour celles qui transforment des végétaux, il existe déjà des ventes formelles, puisque les exigences de formalisation sont beaucoup plus réduites. Ainsi, les agro-industries familiales rurales sont encore, par rapport aux marché extrarégionaux, à la même étape de développement du début de ses activités dans la région. Autrement dit, elles initient la commercialisation dans le marché informel pour, au fur et à mesure que celui se consolide, se prévoir de la structure nécessaire pour se formaliser. Cependant, les défis pour consolider ces marchés sont expressivement plus considérables que la formalisation pour le marché régional.

Une autre voie prometteuse se ferait par le biais des restaurants et des situés dans les principales villes du pays. Plusieurs de ces restaurants-grill appartiennent à des personnes du sud du Brésil, en particulier des villes de la *Serra Gaúcha* et de la Région ouest de *Santa Catarina*, ce qui montre une forte relation entre les descendants d'immigrés – surtout ceux d'origine italienne – et la cuisine, ce qui a été également vérifié dans les interviews avec des chefs de cuisine. Cela, associé au fait que la région ouest abrite de grands groupes agro-alimentaire, peut former une image de la région liée à la production alimentaire et à la gastronomie, avec des effets importants sur son économie globale.

Donc, même si dans un niveau modeste en termes de valeurs, de volumes produits et d'agriculteurs mobilisés, le marché des produits coloniaux peut contribuer à renforcer l'image de la région, maintenant non plus comme simple productrice d'aliments pour la consommation de masse, mais aussi de produits de qualité différenciée. Par conséquent, la production de produits coloniaux peut également entraîner la production des actifs intangibles [22]. qui bénéficieraient par regorgement l'ensemble de l'économie de la région. Ce phénomène peut être renforcé avec le développement du tourisme, quoiqu'il encore peu développé, commence à montrer un

potentiel important à exploiter. Un exemple est l'existence dans la région de stations thermales qui attirent des touristes de différentes régions du pays et font partie des routes telles que le « *Caminho do Vêneto* » (Chemin de Venise), référence à la province italienne origine de la plupart des immigrants qui ont colonisé la région.

Les produits coloniaux peuvent également être considérés comme des produits « singuliers » [20], ce qui permet d'afficher leurs capacités auprès de la haute gastronomie brésilienne. Il y a un nombre expressif de chefs de cuisine désireux d'associer leur culinaire aux produits artisanaux, en s'efforçant de s'éloigner des produits industriels, ce qui démontre un grand intérêt à des « bons produits » [11]. Des mouvements tels que le *Slow Food* indiquent également des alliances importantes entre les consommateurs, les chefs de cuisine et les agriculteurs familiaux de la région, renforçant ainsi la perspective de valorisation de la production de « bons produits », mouvement dans lequel les produits coloniaux, tandis que produits singuliers, donnent auparavant des indices d'y faire partie. Grâce au *Slow Food*, des descendants d'immigrés commencent à connaître le *Vêneto*, et depuis ce regard extérieur et le contact avec cette région, apprennent à valoriser leur culture et leurs racines et, par conséquent, les produits originaires de leur savoir-faire. En outre, les échanges et les partenariats entre les membres du *Slow Food* du *Vêneto* et les agriculteurs de la Région commencent à se produire, principalement à travers les ONGs.

VII. CONCLUSION

Dans cette communication, nous avons essayé d'analyser les processus d'émergence d'une dynamique territoriale qui repose sur une reconnexion de l'agriculture à son territoire, en valorisant ses ressources locales, son histoire, ses savoirs faire. Cette dynamique peut être analysée comme une forme de réponse innovante du territoire pour faire face à une situation de crise. L'analyse de la proposition des agro-industries rurales nous montre qu'il s'agit d'un processus complexe. Ces agro-industries reposent sur des savoirs locaux mais surtout sur un processus d'hybridation et de mise aux normes et la construction

sociale d'un marché pour ces « nouveaux produits traditionnels ». Les instruments et les possibilités sont nombreux, parmi eux le recours à la gastronomie et les chefs de cuisine, les mouvements sociaux tel que *Slow food*, aident à construire une certaine crédibilité et une légitimité pour ces productions agricoles.

En ce qui concerne les effets de ces stratégies sur le territoire (les savoirs faire traditionnels sont ils oui ou non au service du territoire ?), il est sans doute encore un peu tôt pour le confirmer et nous manquons de données empiriques pour confirmer les impacts économiques, sociales et environnementales de cette dynamique territoriale. Nous avons toutefois pu souligner des changements importants en cours, avec une évolution de la perception des agriculteurs de leur propre profession, de leur rôle actif dans le territoire-principalement à travers la participation à des mouvements et organisations civiles. Nous avons pu également observé un changement de regard de la société sur ses territoires ruraux. Ces récentes évolutions nous permettent de confirmer la présence d'une nouvelle gouvernance et la redéfinition d'un futur pour le territoire qui mettent en cohérence des dynamiques productives et une valorisation des ressources du territoire. Il faut en effet noter l'importance que la production de matières premières exerce et continuera d'exercer sur l'économie de la Région, les productions animales et surtout notamment le lait. Aussi, la production de ces produits de base n'est plus le seul chemin. De cette façon, au-delà de porcs, de volailles, de lait, de tabac et de céréales, la région essaye les premières étapes de la production de produits différenciés – les produits coloniaux –, « bons, propres et justes », selon la devise du *Slow Food*. Le défi pour la région est donc celui de maintenir vivant ce monde rural, pendant qu'elle négocie le passage de simple productrice de matières premières pour aussi des produits de qualité différenciée, ce qui ne caractérise pas un processus facile et exige une énorme capacité de mobilisation et de construction de consensus. Et, une étape clé dans cette direction se trouve dans la capacité de la région à reconnaître et à apprécier la richesse de « singularités » qu'elle contient.

REMERCIEMENT

Cette recherche a été réalisée avec le soutien du Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil et de la Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica do Estado de Santa Catarina - FAPESC.

RÉFÉRENCES

- PIORE E SABEL, 1984. PIRE M.J., SABEL C.F. (1984). *The second industrial divide: possibilities for prosperity*, Basic Books. Paris, France 355 p.
- INTERRA- [2009] Résumé du projet de recherche "Insertion territoriale de l'activité agricole et maîtrise locale des ressources. Places des agricultures familiales dans les métiers du développement en Argentine et au Brésil. Document de soumission, INRA AGRITERRIS Toulouse, France. 105p.
- FRAYSSIGNES J. [2005], *Les AOC dans le développement territorial, une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères*, Thèse de doctorat (Toulouse), 469 p.
- DUPONT F. [2003], *Impact de l'utilisation d'une Indication géographique sur l'agriculture et le développement durable : la Franche-Comté*, Paris, Ministère de l'agriculture.
- MOLLARD A., MOALLA M., PECQUEUR B. (2005). « Offre de produits-services territorialisés et demande de biens combinés », in A. TORRE, M. FILIPPI (coord.) *Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux*, INRA Editions, coll. « Un point sur », pp.73-93.
- PECQUEUR B., 2001, "Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et des services territorialisés", *Economie rurale*, 261 : 37-49.
- BARJOLLE D., SYLVANDER B. (2005). *Fondements théoriques et études empiriques de la protection européenne de l'origine des produits agroalimentaires*, Colloque International SFER-ENITA « Au nom de la qualité », Clermont-Ferrand, 5-6 octobre 2005, pp.273-279.
- FAO [2004], "Sécurité sanitaire et qualités des aliments en Europe : aspects relatifs à la qualité, à l'équilibre nutritionnel, à l'importance des terres agricoles et au patrimoine culturel « terroirs »", in « vingt-quatrième conférence régionale de la FAO pour l'Europe », Montpellier, 5-7 mai 2004.
- TRAGEAR A., ARFINI F., BELLETTI G. et MARESCOTTI A. [2007] , *Regional foods and rural development: the role of product qualification*, *Journal of Rural studies*, 23:12-22.
- MOLLARD A. (2001). « La rente de qualité territoriale », *Economie Rurale*, n°263, mai-juin, pp.16-34.
- DORIGON C, (2008) *Mercados de produtos coloniais da Região Oeste de Santa Catarina: em construção*. 2008, 437 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Engenharia de Produção – Coordenação dos Programas de Pós-Graduação de Engenharia - COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2007) *Censos Agropecuários 1995/1996/2006 – Santa Catarina*. Rio de Janeiro.
- TESTA V M, NADAL R DE, MIOR L C, BALDISSERA I T, & CORTINA N. (1996) *O desenvolvimento sustentável do Oeste Catarinense: Proposta para discussão*. Florianópolis: Epagri, 1996. 247p.
- WILKINSON J, DORIGON C, MIOR, L C (2009). *The emergence of SME agroindustry networks in the shadow of agribusiness contract farming: a case study from the South of Brazil*. *Innovative Policies and Institutions to Support Agro-industries Development*. A Joint FAO-IAAE Pre-Conference Workshop, Beijing, China, 16 August 2009
- CALLON M. (1986) *The Sociology of an Actor-network: the Case of the Electric Vehicle*. In: CALLON, M.; LAW, J.; RIP, A. (Ed.). *Mapping the Dynamics of Science and Technology*. *Sociology of Science in the Real World*. London: The Macmillan Press, 1986.
- TÖNNIES F, (1973) *Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais*. In: FERNANDES, F. (Org.). *Comunidade e sociedade*. São Paulo: Nacional/USP. 1973. p. 97-116.
- CALDEIRA C, (1956) *Formas de ajuda mútua no meio rural*. São Paulo: Nacional, 1956. 222 p.
- CHACON V, (1959) *Cooperativismo e comunitarismo. Estudo de organização sócio-econômica*. Rio de Janeiro: Universidade de Minas Gerais - Revista Brasileira de Estudos Político Estudos Sociais e Políticos, n. 5. 1959. 111 p.
- SYLVANDER B, (1995) *Conventions de qualité, marches et institutions: le cas des produits de Qualité Spécifique*. In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. (Org.). *Agroalimentaire: une économie de la qualité*. Paris: INRA – ECONOMICA. 1995, p. 167-183.
- KARPIK L (2007) *L'économie des singularités*. Paris: Gallimard, 2007. 373 p.

21. DORIGON C, (2009) Produtos Coloniais e a Extensão de Redes Rumo Mercados extra-Regionais, XIV Congresso Brasileiro de Sociologia, Rio de Janeiro.
22. STORPER M, (1997) The Regional World. New York/London: The Guilford Press. 1997. 338 p.

E-mails des auteurs:

Clovis Dorigon: clovisdorigon@gmail.com.

Claire Cerdan: claire.cerdan@cirad.fr.