

L'endive, un produit de terroir du Nord-Pas-de-Calais ?

Éric Manouvrier



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ruralia/1031>

ISSN : 1777-5434

Éditeur

Association des ruralistes français

Édition imprimée

Date de publication : 31 juillet 2004

ISSN : 1280-374X

Référence électronique

Éric Manouvrier, « L'endive, un produit de terroir du Nord-Pas-de-Calais ? », *Ruralia* [En ligne], 15 | 2004, mis en ligne le 01 juillet 2008, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ruralia/1031>

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Tous droits réservés

L'endive, un produit de terroir du Nord-Pas-de-Calais ?

Éric Manouvrier

- 1 La valorisation du patrimoine a longtemps été réduite à une dimension matérielle, représentée par la distinction de monuments historiques. Depuis une vingtaine d'années, suite à l'élargissement de la notion de patrimoine, une dimension vivante s'est développée. Elle inclut notamment les produits de terroir¹. Ces derniers ont peu à peu acquis un statut particulier, au point de bénéficier d'une attention grandissante pour de nombreuses personnes². Les produits de terroir représentent désormais une large gamme, dans laquelle figurent les productions agricoles, alimentaires et agroalimentaires. Il sera ici question d'une production légumière, née au milieu du 19^e siècle dans la région bruxelloise : l'endive.
- 2 Ce légume est devenu, depuis 1950, un des emblèmes de la région Nord-Pas-de-Calais. La production endivière dépasse les 200 000 tonnes, soit plus de 80 % de la production française, d'après l'association statistique des deux grandes régions Nord-Pas-de-Calais et Picardie. Cet ensemble, plus connu sous l'appellation « Nord-Picardie », permet à la France de représenter près de 60 % de la production mondiale. Il s'agit donc d'un espace géographique de dimension régionale, caractérisé par la forte présence de la production endivière.
- 3 En plus d'être une référence emblématique pour la région Nord-Pas-de-Calais, l'endive se distingue par les particularités de son histoire, couplées aux nombreuses évolutions de sa filière³. D'une part, des territoires se sont distingués : certains sont marqués par le caractère diffus de la production, d'autres, par une forte concentration. Ces derniers sont appelés *bassins de production agricole*⁴, lorsqu'ils sont spécialisés dans une production, et « structurés par les flux entretenus entre les exploitations productrices, entre ces dernières et les acteurs économiques et institutionnels de la filière considérée, entre l'ensemble ainsi formé et les acteurs du territoire support »⁵. Des bassins endiviers se sont ainsi développés, depuis une vingtaine d'années, suivant l'évolution de la filière. D'autre part, l'endive a connu un processus d'industrialisation de ses méthodes de production. Traditionnellement produite en pleine terre, sa culture est aujourd'hui

pratiquée, de plus en plus, avec des méthodes industrialisées. Cela a eu pour principales conséquences de bouleverser la structuration des bassins historiques, formés avec un grand nombre d'ateliers endiviers de pleine terre et d'accroître la diffusion de la production sur d'autres territoires. L'endive, dite « de pleine terre », aujourd'hui en régression, paraît en voie de disparition. Pourtant, elle semble rentrer dans la catégorie des *produits de terroir* et être « revalorisable » à ce titre.

- 4 Notre étude s'intéressera donc à la revalorisation de l'endive de pleine terre, comme élément du patrimoine du Nord-Pas-de-Calais, et à l'appellation de *produit de terroir*, fréquemment utilisée par de nombreux acteurs. La valorisation de l'endive de pleine terre et les conséquences des évolutions de la filière seront d'abord évoquées, en soulignant à la fois le processus d'industrialisation des méthodes de production et l'essor de la compétition entre les bassins endiviers. Ensuite, la dévalorisation de l'endive de pleine terre fera l'objet d'une analyse. Puis, les problèmes actuels de sa revalorisation locale seront posés.

L'endive de pleine terre face aux évolutions de la filière

- 5 Alors qu'une grande part de mystère demeure autour de sa découverte ⁶, ce qui contribue à construire son identité, l'endive ou *Chicorée Witloof* est un légume de diffusion récente. Introduite officiellement en France par Henri de Vilmorin, en 1873, elle n'a connu son véritable essor qu'après la Seconde Guerre mondiale. Depuis, de nombreuses évolutions ⁷ ont eu lieu à tous les stades de sa culture.

Particularités de l'endive et industrialisation des méthodes de production

- 6 L'endive fait partie des légumes produits en deux temps. D'abord, le semis du printemps et la culture en plein champ permettent d'obtenir une grosse racine, qui est arrachée et effeuillée. Ensuite, en période automnale, le forçage de la grosse racine donne une pousse blanche appelée « endive » ou « chicon » ⁸.
- 7 La culture au champ pour l'obtention de racines n'a pas connu d'importantes mutations, si l'on excepte quelques améliorations techniques (préparation du sol, semis de précision, lutte contre les maladies...). En revanche, le second temps (ou forçage des racines) est marqué par une mécanisation et une industrialisation de l'endive. En effet, ce légume continue d'être produit « traditionnellement » en pleine terre. Sur de petites parcelles rectangulaires, les racines sont forcées dans l'obscurité, pendant vingt et un jours, sous des tôles ondulées plus ou moins isolées de paille, avec l'aide d'une source calorifique (poêles à charbon ou à fuel, eau chaude, électricité...). Les méthodes traditionnelles de production se caractérisent par de nombreuses variantes, intégrant des éléments de mécanisation. Elles sont souvent personnalisées par les endiviers : certains affirment « avoir une méthode unique » issue de l'héritage familial ⁹. Nécessitant une main-d'œuvre locale abondante, la culture de l'endive de pleine terre reste marquée par l'importance des exploitations agricoles de petite dimension, souvent familiales ¹⁰. Depuis les années 1970, la méthode de *forçage en pleine terre* se substitue au *forçage en salle*. Les racines sont disposées dans des bacs, empilés les uns sur les autres, situés dans une salle obscure, chauffée et à hygrométrie élevée. Une solution nutritive, dite « hydroponique », est

apportée aux racines, afin de leur permettre un développement sans présence de terre. Le forçage en salle est étroitement lié aux nouvelles variétés hybrides, associées à la possibilité de stockage dans des chambres froides. L'allongement de la période de production endivière peut, par conséquent, être annuel (exemple de « l'endive d'été »). Permettant d'obtenir une production plus régulière et homogène, indépendante des aléas climatiques pendant la période de forçage, et soutenue par de nombreux acteurs de la filière¹¹, la nouvelle méthode et ses variantes ont influé sur le fonctionnement des territoires de production.

- 8 Trois grands bassins endiviers, concentrant la majeure partie de la production régionale, se sont développés : le Pévèle, la Plaine de la Lys et le Cambrésis¹². A ceux-ci s'ajoute le bassin maraîcher audomarois, formé autour de Saint-Omer et de son marais. En dépit de la physionomie propre à chaque territoire, tous ont été marqués par une densité importante d'endiviers de pleine terre, par la proximité géographique des réseaux relationnels¹³ d'acteurs de la filière et par la polarisation des centres de conditionnement, de mise en marché et des coopératives légumières. Mais la valorisation du produit traditionnel est restée éphémère et localisée ponctuellement au sein des bassins.

La valorisation éphémère et localisée de l'endive de pleine terre

- 9 Certes, il existe des endiviers installés en pleine terre, en dehors des bassins cités précédemment. Ils ont pu constituer une sorte de noyau, c'est-à-dire un petit groupe de personnes à l'origine d'un groupe plus vaste, valorisant le légume dans la commune (banquets et/ou fêtes). Mais, bien souvent, le rayonnement ne dépasse pas l'échelle communale, voire la périphérie proche des exploitations endivières. Avec le processus de diffusion du légume, ces endiviers ont été fréquemment isolés. L'absence d'une concentration d'acteurs partageant les mêmes pratiques, l'éloignement des pôles structurants et la très faible densité de réseaux relationnels expliquent, en partie, le phénomène ponctuel et peu durable de la valorisation de l'endive, à l'extérieur des bassins historiques.
- 10 Dans le premier bassin historique — celui du Pévèle —, il est intéressant de noter que le terme de *terroir* n'était pas (ou très peu) employé dans les années 1955-1965, encore appelées « l'âge d'or de l'endive ». Plusieurs témoins de cette époque affirment : « L'endive, c'est un produit d'ici ! »¹⁴. Ils attestent ainsi le lien extrêmement fort entre ce légume et leur territoire, simplement par l'origine géographique. Le bassin du Pévèle, comme les autres bassins historiques, se caractérise par un grand nombre de communes valorisant l'endive. Chacune d'elles a formé un noyau de rayonnement, en référence à un groupuscule d'acteurs locaux réunis pour promouvoir et valoriser ce légume. Des fêtes ont été créées, sans distinction des méthodes de production, afin d'associer tous les endiviers, et sans le soutien d'une marque commerciale.
- 11 Dans une commune du bassin du Pévèle, le regroupement d'acteurs locaux, bénévoles, militants, passionnés et issus généralement de familles d'endiviers, a débouché sur la naissance d'une confrérie, la « confrérie des chiconneux »¹⁵, avec pour finalité de valoriser la principale production locale et de contribuer à son développement économique. Pour cela, un comité d'organisation de manifestations culturelles

concernant l'endive a été créé. Fondé par l'élu communal, un de ses conseillers, enseignant dans un institut agricole, et le directeur d'une école primaire, le comité a mis en place chaque année, pendant trois jours, une grande manifestation. Celle-ci était marquée par une journée portes-ouvertes chez les producteurs et des expositions sur l'histoire de l'endive, avec la présentation de matériels et de méthodes de production. Une soirée dansante, un concert de carillons, un marché de l'endive au cours duquel se tenait un concours de présentation d'étals, ainsi qu'un cérémonial de la confrérie pour l'intronisation de ses membres, précédaient un banquet, réalisé à partir de plats cuisinés à base d'endives et de produits régionaux. Par conséquent, la valorisation de l'endive a usé du support de spectacles publics, gratuits, accompagnant la gastronomie. La musique, les costumes, les couleurs blanche et jaune, les mises en scène des actions de promotion, la présentation de plats à base d'endives, ont sans doute été pour beaucoup dans l'attraction du public, habitants de la commune ou des environs.

- 12 Dans d'autres communes, pas forcément du même bassin, l'endive de pleine terre a également été valorisée, en étant associée à l'endive en salle, encore appelée « endive conventionnelle ». Sous l'impulsion d'acteurs locaux, aux mêmes caractéristiques que ceux de la confrérie citée, le légume a fait l'objet de manifestations épisodiques. Des repas à base d'endives ont été servis lors de banquets ; des chansons ont été écrites, retraçant la passion pour ce légume, d'acteurs du territoire ; des journées portes-ouvertes ou visites chez des endiviers ont été organisées. Là aussi, la participation et le soutien de la population locale ont été importants. Quelques organisateurs disent « avoir eu une préférence pour l'endive de pleine terre »¹⁶, néanmoins la plupart affirment avoir soutenu le légume, peu importe ses méthodes de production. D'une manière générale, la mise en valeur de l'endive a eu pour principale finalité, outre la promotion d'un produit local, d'essayer de faire partager la passion de « la bonne cuisine » ; la gastronomie étant bien souvent au centre de la valorisation.
- 13 L'échelle communale a été constamment privilégiée par les regroupements d'acteurs. L'extension à une (ou plusieurs) commune(s) voisine(s) a été abordée, notamment par des élus soucieux de multiplier les moyens pour les manifestations culturelles et de réduire les charges. Mais les divergences partisans, le problème du partage d'une même identité territoriale, et la perception d'un affaiblissement de la dynamique du groupe, avec l'intégration d'acteurs de communes voisines, ont limité toutes les actions au territoire communal. À cela s'ajoute l'absence de soutien-relais de tous les acteurs de la filière. Les démarches de valorisation de l'endive de pleine terre n'ont pas intégré la dimension économique, se concentrant sur la dimension festive. Cela a eu pour conséquence de ne pas apparaître intéressant du point de vue des organismes de mise en marché et de commercialisation du légume. D'ailleurs, ces derniers ont rarement été informés des initiatives locales. Ainsi, la question du relais des acteurs se pose dans la filière, plaçant en minorité ceux qui valorisent l'endive de pleine terre. La question se pose également dans le temps : le relais évoque la transmission de pratiques entre générations... Or, toutes ces actions n'ont concerné qu'une génération d'acteurs. Les générations suivantes ont eu tendance à ne plus positionner l'endive de pleine terre comme un légume particulier et à ne plus partager les mêmes actions, voire les mêmes passions.
- 14 Des communes des bassins historiques ont donc constitué des noyaux de rayonnement. Mais, le fait de privilégier l'échelle communale et l'absence de soutien-relais de tous les acteurs de la filière, ont influé sur la durée de la valorisation de l'endive de pleine terre.

Peu à peu, le légume a cessé d'être valorisé, en dépit des efforts entrepris par quelques organisateurs de manifestations culturelles.

Un patrimoine dévalorisé et en voie de disparition

- 15 La valorisation de l'endive de pleine terre a cessé progressivement, suite à l'essoufflement et à l'affaiblissement des principales sources dynamiques, au cœur des bassins de production historiques. Ces territoires ont vu leur tissu culturel se modifier, au point de remettre en cause la place, l'ancrage et les valeurs accordées au légume traditionnel. De nouveaux territoires, situés au sud de la région, sont apparus plus compétitifs économiquement, mais aussi culturellement, avec la création de nouveaux réseaux.

L'affaiblissement des bassins historiques et l'essor de « nouveaux » territoires spécialisés dans l'endive

- 16 Le développement rapide de l'industrialisation des méthodes de production et sa diffusion ont engendré un grand nombre de mutations dans toute la filière¹⁷. Dans un premier temps, les bassins historiques ont vu leur effectif de producteurs installés en pleine terre diminuer fortement. Il en a résulté la dégradation du tissu traditionnel, formé par les réseaux relationnels entre les endiviers et les autres acteurs de la filière. La multiplication d'exploitations agricoles industrialisées s'est effectuée aussi bien dans les territoires historiques que sur d'autres territoires bénéficiant de plus d'espace. Le bassin du Cambrésis s'est étendu vers la Picardie. De nouveaux bassins se sont formés et sont devenus plus compétitifs, en raison de leur ancrage sur de grosses endiveries industrialisées, capables d'obtenir des rendements réguliers, et de répondre plus facilement à la demande du marché. Ces nouveaux territoires spécialisés dans l'endive ont, également, rendu possible des délocalisations d'exploitations endivières ou de coopératives : un glissement de la production vers le sud de la région¹⁸ s'est progressivement réalisé, illustrant le déplacement du poids économique prépondérant des territoires historiques aux nouveaux territoires. Les premiers bassins sont donc de plus en plus fragilisés.
- 17 Dans un second temps, une dissociation fonctionnelle géographique croissante entre les deux stades de la production a eu lieu¹⁹. Il est désormais fréquent de trouver, au sein de plusieurs territoires, des producteurs de racines d'endives et des agriculteurs spécialisés dans le forçage des racines. Une endive de pleine terre peut ainsi être le fruit d'un forçage effectué dans un bassin historique, avec des racines exogènes. Les conséquences ont notamment été observées dans le nord de la France sur la localisation de la production, devenue plus diffuse, moins territorialisée.
- 18 Depuis la fin des années 1990, la recomposition organisationnelle de la filière est marquée par l'application de la nouvelle OCM Légumes²⁰. Celle-ci permet notamment la formation de petites organisations de producteurs (O.P.), basées sur des exploitations endivières industrialisées, le plus souvent de grosse taille, fonctionnant avec des réseaux sans ancrage territorial. Cela constitue une concurrence indéniable avec les coopératives, issues de la loi d'orientation agricole de 1962, en raison de leur coût élevé de ramassage des colis d'endives, lié à la dispersion géographique des endiveries et aux quantités faibles

et irrégulières ²¹. Ne représentant plus la force vive des bassins, les producteurs d'endives de pleine terre paraissent ainsi fragilisés, isolés géographiquement et économiquement.

- 19 Le bassin endivier du Cambrésis, situé au sud de la région, a acquis, en plus de sa force économique, une dimension culturelle incontestable, avec le siège de la confrérie de l'endive de France. Créée par un grand restaurateur, elle valorise le légume et la région du Nord-Pas-de-Calais, à travers ses traditions culinaires et son terroir ²². Comme la confrérie des « chiconneux », il s'agit d'une initiative personnelle partagée avec d'autres acteurs militants, bénévoles et passionnés, rassemblés en réseau. La valorisation de l'endive ne distingue pas, non plus, les différentes méthodes de production. Seule, l'échelle géographique diffère : le local a laissé place au régional et au national. Peu importe si les membres de la confrérie ne vivent pas dans le bassin historique, voire dans un même territoire de production. La proximité géographique n'est donc plus primordiale.
- 20 L'une des autres particularités de la confrérie de l'endive de France réside dans le soutien aux innovations culinaires. L'exemple de la galette des rois, réalisée à base d'endives, illustre l'élargissement, en cours, de la gamme de produits proposés aux consommateurs ²³. La gastronomie représente toujours l'un des moyens de valorisation le plus connu pour l'endive, touchant un public ayant un faible pour « la bonne cuisine ». Par conséquent, cette confrérie joue, aujourd'hui, un rôle incommensurable pour la mise en valeur du patrimoine endivier régional.
- 21 Malgré ces efforts, la valorisation de l'endive de pleine terre souffre de la non-distinction précise des deux endives. La disparition progressive des producteurs traditionnels, devient une réalité irréfutable. La question de la dévalorisation et de la disparition du patrimoine des endiviers de pleine terre se pose, alors qu'une demande pour ce type de légume tend à se développer.

Dévalorisation et disparition d'un produit de plus en plus demandé

- 22 L'affaiblissement des bassins historiques a été marqué notamment par l'effilochement de leur tissu socioculturel. La baisse du nombre de producteurs d'endives utilisant les méthodes traditionnelles, et la très faible relève apparaissent comme les facteurs essentiels de ce déclin. Rares sont, en effet, les agriculteurs désireux de s'installer comme endiviers de pleine terre. La quasi-absence de transmission des savoir-faire et des pratiques, ajoutée au démantèlement des réseaux relationnels entre les acteurs, à la démotivation et à la disparition des organisateurs de manifestations culturelles, ont participé à la cessation de la valorisation du légume.
- 23 Des années 1990 aux années 2000, des associations ont été dissoutes. Les *fêtes de l'endive* ont laissé place à des *fêtes de produits de terroir*, où l'endive de pleine terre est simplement juxtaposée à une multitude de produits agricoles ou agroalimentaires, d'origine locale ou non. Cela s'explique par les réseaux de connaissances des organisateurs de manifestations culturelles, qui invitent des producteurs, des artisans et des entreprises à vendre leurs produits ²⁴. Ainsi, l'endive de pleine terre (du Nord-Pas-de-Calais) a parfois comme voisins d'étal des fruits et légumes de la vallée du Rhône, des produits laitiers de Normandie, du foie gras du Périgord, voire l'andouille de Bretagne ²⁵.
- 24 Les fêtes de produits de terroir, mettent en évidence deux terroirs, l'un local et l'autre national. Représentant le « terroir français », le mélange de productions agricoles et de

produits transformés est même enrichi par des éléments de distraction, d'exposition... On assiste très souvent à une mise en scène de traditions ou de pratiques locales : cela a tendance à reconforter les nostalgiques ou à satisfaire des touristes. Certes, ce développement ou folklore n'est pas récent ²⁶ et le vocable employé pour définir les fêtes et autres événements festifs reste particulier ²⁷.

- 25 La valorisation commerciale de l'endive de pleine terre utilise également l'expression « produit de terroir ». Des brochures publicitaires aux pancartes, en passant par des étiquettes placées à côté du produit sur les nombreux lieux de vente, tous les supports cherchent à vanter les mérites de l'endive. On semble rentrer dans une communication générique, marquée par l'abus d'usage de l'expression « produit de terroir », devenu un véritable argument commercial. Il n'est pas rare que des marques de distributeurs s'appuient sur des slogans publicitaires comme « les richesses du terroir régional », où l'endive sert d'illustration au même titre que le maroilles évoqué dans l'article de Claire Delfosse.
- 26 La « Perle du Nord » représente, pour l'endive ²⁸, une marque collective régionale, de qualité et de renommée internationale. Les démarches de valorisation et de communication s'effectuent sans distinction des méthodes de production, de façon à souligner la force économique existant avec l'union des producteurs ²⁹. Garantissant la qualité et la fraîcheur des produits, des approvisionnements réguliers, la « Perle du Nord » s'appuie sur les endiviers installés avec les nouvelles méthodes de production, plus compétitives pour s'inscrire sur les marchés d'exportation. Ces producteurs permettent, en effet, d'obtenir des lots homogènes, en quantité régulière, répondant au cahier des charges, à toute demande quelle que soit la saison et suivant la stratégie orchestrée par le Celfnord. Les endiviers de pleine terre peuvent aussi participer aux approvisionnements en « Perle du Nord », s'ils respectent le cahier des charges : mais, leur tonnage est nettement plus faible et irrégulier. Cela nous amène aux deux questions suivantes : qui distingue les deux endives dans les autres territoires français ? Pour l'exportation, doit-il y avoir distinction ?
- 27 Dans les bassins historiques, lieux de traditions et de consommation importante, les acteurs de la filière ont tenté à plusieurs reprises de distinguer l'endive de pleine terre, à partir des particularités des méthodes de production. Pour la commercialisation du produit, des emballages spécifiques ont été mis en place, complétés d'autocollants. Mais, ceux-ci ont été abandonnés, en raison de l'absence d'une maîtrise, d'une gestion stricte des emballages et du contexte peu incitatif. Seuls subsistent, aujourd'hui, les autocollants représentant une couche d'endives en pleine terre, où le poêle à charbon a disparu, laissant place à l'électricité ³⁰. Dans les cartons d'emballage, un plastique de conservation, de couleur bleue, avec l'inscription répétitive « endive de pleine terre » a été introduit. L'absence d'une entente entre tous les acteurs de la filière, fondée sur la valorisation du légume avec les particularités des méthodes de production sans opposer les autres méthodes, ajoutée à l'inexistence d'une communication publicitaire distinctive, illustre le faible impact des actions de distinction. Certes, un prix légèrement plus élevé a été instauré, mais l'endive reste « Une », sans segmentation de gamme basée sur les méthodes de production ou sur le goût. Le caractère diffus de la présence d'endives sur de nombreux territoires et l'absence de preuves formelles pour lier le produit à des lieux, engendrent l'impression d'un légume régional sans assise territoriale officielle ³¹.
- 28 L'endive de pleine terre ne semble pas faire l'objet d'une attention particulière, alors qu'il existe une demande pour ce type de production ; ce qui semble paradoxal. Des

consommateurs estiment effectuer des trajets kilométriques importants³², à cause de la disparition de producteurs à proximité de leur habitation. L'importance prépondérante accordée aux points de vente regroupant une multitude de produits agricoles doit même être nuancée : certains consommateurs, pas forcément très âgés³³, affirment « fréquenter des exploitations endivières », uniquement pour l'obtention d'endives de pleine terre. Selon différents vendeurs, la demande pour ce légume, lié au mode de production traditionnel, est « de plus en plus importante ». Certes, le prix intervient souvent comme élément dissuasif pour de nombreuses personnes : on peut être attiré par un légume produit en terre, s'il est jugé « pas trop cher ». Mais des consommateurs estiment ne pas se soucier du prix, qui pour eux semble être synonyme de qualité. Sachant qu'il est extrêmement difficile de distinguer visuellement une endive produite selon une méthode plutôt qu'une autre, l'étiquetage « de pleine terre » a acquis un statut indéniable dans la communication auprès des consommateurs. On assiste, parfois, à un véritable jeu d'étiquettes et d'emballages destinés à la vente du légume traditionnel ; ce qui repose l'éternel problème de la maîtrise complète des emballages et des étiquettes dans toute la filière.

- 29 L'expression « endive de pleine terre » suscite donc un attrait particulier pour des consommateurs localisés ou non dans les bassins historiques. Mais, ceux-ci paraissent souvent mal informés et ont de nombreux préjugés. S'appropriant l'endive de pleine terre, ils opposent *leur* endive « traditionnelle » et selon eux « naturelle », à *l'autre*, « conventionnelle », forcée en salle, qualifiée de « chimique », « pas naturelle », voire « industrielle ». Au-delà de la distinction simpliste des lieux de production (terre et salle), qui est inexacte en raison du même support pour la culture des racines, les « dérives » de l'industrialisation des méthodes de production continuent de faire l'objet d'éléments distinctifs. Certes, les temps de la mise au point, de l'adoption et de la maîtrise des méthodes industrialisées ont engendré des défauts et des erreurs ; mais ils font partie du passé. Cependant, les valeurs traditionnelles et idéalisées selon chaque acteur – consommateur ou producteur de pleine terre – demeurent. D'une manière générale, ce sont la transformation du métier d'endivier, l'apparition d'un nouveau savoir-faire, l'assouplissement des conditions de travail et le besoin d'assurer des rendements réguliers qui engendrent des critiques. La méfiance à l'égard d'un produit, devenu industrialisé, participe également à la distinction des deux endives. La valorisation s'est faite en opposant deux produits, et non en complément.

Revalorisation, produit de terroir et signe d'identification

- 30 L'évolution du contexte, marquée par un besoin d'enracinement chez une partie des consommateurs et la nécessité de trouver une ou plusieurs identités territoriales, n'est pas sans conséquence dans la valorisation de l'endive de pleine terre. Il n'est pas rare que des habitants du Nord-Pas-de-Calais recherchent des images rustiques, des produits de terroir et d'autres éléments constituant *leur* patrimoine communal³⁴. Les bassins endiviers historiques font figure de territoires « avanta-gés ». Mais c'est sans compter sur la possibilité offerte à toutes les communes de reconstruire leur identité, en conservant uniquement des éléments attractifs et valorisants. D'ailleurs, il est possible de s'interroger sur les conséquences de cette reconstruction : chaque commune ne possèdera-t-elle pas bientôt son dépliant identitaire, où l'histoire et la culture ont été plus

ou moins revisitées et imposées ? L'essor du *marketing communal* a tendance à multiplier les actions de « vente territoriale », de façon à se démarquer des territoires contigus ou distants. L'endive de pleine terre représente, aujourd'hui, un bon exemple de support identitaire, plus ou moins reconstruit ³⁵, pour le territoire du Nord-Pas-de-Calais. Est-ce le signe d'une dégradation de l'image globale de la région, si on se réfère à Aline Brochot ³⁶, tant l'instrumentalisation de l'endive se développe ?

- 31 Quelques acteurs locaux ont entamé des processus de valorisation de leur patrimoine autour de l'endive de pleine terre, en distinguant les méthodes traditionnelles de production. D'autres, essentiellement des organismes institutionnels, souhaitent lier le produit avec le milieu géographique et le valoriser avec un signe distinctif.

Revalorisation, identité communale et intervention du politique local

- 32 Des communes, situées dans les bassins endiviers historiques, s'illustrent par la mise en place du processus de valorisation de l'endive de pleine terre. La création de manifestations culturelles, sous la dénomination de « fêtes de l'endive », s'est faite ces dernières années à l'échelle communale. Grâce à l'implication des municipalités, des manifestations se sont développées. Un collectif a été instauré, rassemblant les derniers endiviers de la commune, installés en pleine terre, les producteurs retraités, défenseurs des anciennes méthodes de production, les acteurs passionnés par les traditions locales et des anciens agriculteurs intégrés dans les réseaux relationnels. L'intitulé de la fête, basé simplement sur le mot « endive » peut paraître surprenant, puisque, seul, le légume de pleine terre est valorisé : l'explication principale se situe souvent dans la volonté de valoriser et de préserver les méthodes de production « traditionnelles ». L'importance du territoire, chargé de valeurs historiques, est également mise en avant, puisqu'on assiste constamment à une revalorisation de la culture endivière, avec une référence constante au passé.
- 33 Ces fêtes de l'endive (de pleine terre) se déroulent, principalement, dans la salle des fêtes communale. L'exposition de souvenirs photographiques et de matériels pour la culture, la reconstitution grandeur nature d'une couche en pleine terre, la dégustation de mets à base d'endives et des informations sur la consommation (propriétés diététiques, recettes...) entourent souvent l'étal pour la vente du légume. Les premières éditions ont montré un « succès sous-estimé » des organisateurs : le lieu d'accueil du public s'est révélé trop exigü, la dégustation, inadaptée à la demande de restauration, le lieu de vente directe, sur-fréquenté... Les souvenirs photographiques mériteraient même d'être plus nombreux, tant les habitants de la commune ont pris plaisir à les contempler. La fréquentation, dynamisée par le rôle des médias régionaux et les divers supports de diffusion d'informations (journaux, brochures locales, bouche-à-oreille...) dépasse à chaque fois l'échelle communale. La création de fêtes de l'endive de pleine terre, soutenue activement par les élus et un réseau d'acteurs locaux, désireux de mettre en avant leur territoire ³⁷, contribue donc à former de nouveaux noyaux de rayonnement au sein des bassins de production historiques.
- 34 Aujourd'hui, l'extension des fêtes communales à d'autres communes est envisagée, de façon à apporter plus de moyens ³⁸. L'échelle intercommunale succède progressivement à l'échelle communale, signe de l'intervention des Établissements publics à coopération intercommunale (EPCI) dans la valorisation du patrimoine. La multiplication de plaquettes touristiques réalisées par les intercommunalités, où les éléments du passé sont

essentiellement avantageux, illustre le développement du marketing communal. Cela ne va pas sans poser le problème de la diffusion, du partage et de la valorisation des traditions d'une commune avec une autre, possédant également ses produits, son histoire, sa culture... Effectivement, est-il possible de valoriser un élément du patrimoine commun, sans le modifier ou l'adapter en fonction du territoire concerné ?

L'endive de pleine terre, « produit de terroir » des Parcs naturels régionaux ou « produit régional » du Nord-Pas-de-Calais ?

- 35 L'endive de pleine terre fait l'objet d'une attention particulière, dans le cadre de la protection du patrimoine et de la valorisation des produits de terroir, au sein des trois parcs naturels régionaux que compte la région (Scarpe-Escaut, Avesnois, Caps et Marais d'Opale³⁹). À la recherche d'une certaine cohérence et continuité⁴⁰, les parcs essaient de concilier la préservation du patrimoine naturel, culturel et paysager avec le développement économique et social, suivant la charte⁴¹ mise en place. Depuis 2003, les trois parcs valorisent l'endive de pleine terre sous la marque « Parc naturel régional », distinction officielle des produits originels, identitaires et cultivés dans ces territoires⁴². La démarche de valorisation concerne essentiellement les parcs Scarpe-Escaut et Caps et Marais d'Opale, puisqu'ils possèdent un petit nombre d'endiviers de pleine terre, en raison de la superposition partielle avec des bassins de production. Le parc naturel de l'Avesnois est moins concerné par le patrimoine endivier, car la présence du légume reste très diffuse, en raison d'une spécialisation territoriale essentiellement bovine⁴³.
- 36 La volonté d'associer un terroir à l'endive de pleine terre, est même souhaitée par de nombreux acteurs régionaux. Au-delà de la définition polysémique et de ses nombreuses caractéristiques, le terroir endivier apparaît peu évident. Si on prend en considération les bassins de production historiques, les caractères physiques, chimiques et biologiques des sols, supports pour la culture de l'endive, y diffèrent sensiblement (sols sablo-limoneux, argilo-sableux...). Comme la collecte de toutes les variétés de semences est en cours et qu'elle s'avère extrêmement délicate, en raison de la dispersion géographique, de la conservation et de la disparition éventuelle de variétés anciennes, il est impossible d'apporter des précisions à la question du lien terroir-variétés de semences. À cela s'ajoute la possibilité offerte à des endiviers de recourir à des racines d'endives provenant d'autres territoires, même si elles sont forcées dans leur exploitation. En conséquence, il est possible de produire des endives indépendamment des caractéristiques du sol. L'endive de pleine terre est-elle alors un légume sans terroir ?
- 37 Le recours à la dimension socioculturelle semble nécessaire, en dépit de la difficulté de fournir des preuves scientifiques solides. En raison de la prédominance de la culture de l'écrit, fondement de notre société⁴⁴, l'abondance de preuves orales et de témoignages se révèle insuffisante à légitimer l'ancrage territorial du légume. La quasi-absence de documents écrits constitue un manque important dans la démonstration du lien endive de pleine terre-terroir⁴⁵. Enfin, la dimension économique mérite d'être partie intégrante de la valorisation du produit. Cela paraît utopique de dissocier un produit de terroir, de sa filière et de son organisation économique et commerciale. Toute production locale n'est-elle pas sujette aux lois fluctuantes du marché⁴⁶ ? Ce légume traditionnel ne doit-il pas s'intégrer au système de commercialisation, quitte à être un petit créneau répondant à une demande, illustration de la logique de segmentation des marchés ? Actuellement, le marché reste trop local et donc inintéressant pour les organisations économiques

préférant se focaliser essentiellement sur l'endive produite en salle, source d'exportations en masse.

- 38 Aux difficultés de prendre en compte simultanément de nombreuses dimensions pour utiliser l'appellation « produit de terroir », s'ajoute le problème des limites géographiques. Hormis l'existence d'une coopération entre tous les acteurs ⁴⁷ au sein des Parcs naturels régionaux, la délimitation basée sur les limites communales suscite quelques interrogations. Un terroir s'arrête-t-il ou commence-t-il à une délimitation de parc ? Cette question demeure, puisqu'il est permis de devenir « commune associée », pour une municipalité juxtaposée à un parc naturel régional, c'est-à-dire de soutenir des actions, voire de s'y rattacher à moyen terme ⁴⁸. Une commune endivière peut-elle devenir un terroir, si elle intègre un parc naturel régional ? La situation se complexifie dès que l'on fait intervenir la possibilité, pour des endiviers extérieurs, de cultiver des terres situées dans le périmètre du Parc ; et inversement, la possibilité, pour des endiviers du parc, de cultiver des terres situées en dehors. En raison de la superposition des parcs aux bassins endiviers, valoriser une partie d'un territoire spécialisé dans l'endive tout en délaissant l'autre suscite donc des critiques à propos des limites et des discontinuités.
- 39 Des questions délicates se posent donc aujourd'hui au sujet de l'endive de pleine terre : quelles sont ses articulations avec la marque régionale « Perle du Nord » ? Quel est son positionnement dans la filière ? L'assimilation à un « produit de terroir » sera-t-elle partagée par tous les acteurs ? Si la marque se justifie pleinement dans le périmètre-parc, elle peut faire l'objet de critiques dans les territoires contigus ; ce qui renvoie au problème des délimitations. Mais la valorisation de l'endive de pleine terre, avec l'appellation de « produit de terroir des Parcs naturels régionaux », et la marque « Parc naturel régional », se révèle un moyen local de valorisation et de préservation du légume, en maintenant l'ancienne dimension « symbolique » de la culture pour le Nord-Pas-de-Calais. En effet, cette dimension renvoyait, dans les années 1960, à l'importance de l'effectif des endiviers et de la production. Désormais, une nouvelle dimension « symbolique » s'affirme avec l'importance de la production et de la productivité. D'une manière générale, la dynamique apparaît plus de nature institutionnelle que professionnelle, et la démarche plus territoriale que fondée sur la filière.
- 40 D'autres revalorisations se développent. Le conseil régional du Nord-Pas-de-Calais a lancé, dès les années 1990, des actions de valorisation du produit, répondant à de nombreuses attentes en matière de qualité alimentaire ⁴⁹. Le label régional, puis la marque collective régionale qui étaient tous deux apposés uniquement sur les produits « typiques », en signe de garantie d'une qualité gustative supérieure à celle des produits courants similaires ⁵⁰, ont été développés. Un soutien officiel de l'endive de pleine terre a existé, à la fin des années 1990, avec la mise en place d'une charte des produits de terroirs du Nord-Pas-de-Calais.
- 41 Signe de reconnaissance de l'origine « Terroirs Nord-Pas-de-Calais » de produits réalisés selon un savoir-faire « traditionnel » régional ⁵¹, la charte a permis notamment, pour les producteurs qui l'ont signée, de valoriser le légume par une estampille et d'en assurer le caractère « authentique » ⁵². D'ailleurs, l'expression « le temps est à l'authentique ! » a été utilisée lors du lancement de la charte, afin d'asseoir la démarche dans le nouveau contexte de recherche-réinvention de traditions ; ce qui débouche sur le rapport endive de pleine terre-produit authentique, avec une garantie sur la qualité et l'origine. Mais aujourd'hui, cette démarche semble laisser la place à une nouvelle, marquée par la certification de services, conformément aux attentes d'artisans et de consommateurs ⁵³.

- 42 Suite aux règlements communautaires (UE) de 2002, l'utilisation de la référence régionale, en citant le nom de la région, est devenue très réglementée. Comme l'endive de pleine terre ne bénéficie ni d'une Appellation d'origine contrôlée, ni d'une Indication géographique protégée, elle ne peut plus être liée officiellement au Nord-Pas-de-Calais ; cela contribue à fragiliser un peu plus sa relation avec le milieu géographique. Face à la disparition des signes distinctifs régionaux et aux conséquences engendrées, les organismes institutionnels ont réagi en lançant en 2003, la marque collective régionale « Saveurs en'Or ». Mêlant étroitement le caractère précieux et originel des produits, cette nouvelle distinction symbolise la volonté de faire perdurer les actions de valorisation de produits régionaux et de fournir des repères aux consommateurs⁵⁴. L'endive de pleine terre pourrait donc à l'avenir⁵⁵ être étiquetée « Saveurs en'Or ». Reste à s'interroger sur les articulations entre cette nouvelle marque collective régionale et les autres marques⁵⁶, et sur les enjeux du re-développement du légume... Ainsi, la revalorisation du patrimoine de l'endive de pleine terre semble passer par l'intervention de responsables politiques locaux, entourés par des acteurs dynamiques, et par des organismes institutionnels, comme les parcs naturels régionaux et le conseil régional. Mais les crises répétitives de la filière endive ont débouché sur un audit en 2004 et sur un projet stratégique « endive 2010 ». Les acteurs professionnels restructurent l'organisation commerciale⁵⁷. Est-ce un signe d'une nouvelle stratégie fondée sur une gamme plus segmentée, avec une meilleure articulation des deux produits – l'endive de pleine terre, comme élément du patrimoine, et l'endive conventionnelle, comme produit de consommation courante ?
- 43 Avec le développement du marketing communal, où le patrimoine apparaît comme un outil de développement territorial dissimulant la finalité économique, l'endive de pleine terre bénéficie actuellement d'un regain d'intérêt de la part d'acteurs locaux, partageant les mêmes « valeurs ». Ce légume emblématique de la région du Nord de la France a déjà fait l'objet d'une valorisation éphémère, localisée au sein des bassins de production historique, mais les évolutions de la filière ont précipité sa marginalisation. Pourtant, il existe actuellement une demande régionale pour l'endive de pleine terre. Ce légume traditionnel fait référence actuellement à un « marché de niche » essentiellement local. L'intérêt porté par les organisations économiques sur l'endive produite en salle de forçage – ou endive conventionnelle – reste tourné vers l'exportation et la régularité des rendements. Dans une logique de segmentation de la filière, l'endive de pleine terre ne pourrait-elle pas avoir toute sa place, à la condition d'éviter toute comparaison hâtive et sans fondement scientifique entre l'endive de pleine terre et l'autre endive ? Prochainement, le légume « traditionnel » devrait bénéficier d'une forte revalorisation économique. L'enjeu principal résidera alors dans la maîtrise de la commercialisation du produit (prix, appellation, déclinaison, image...)
- 44 Mais, la pérennité de la revalorisation patrimoniale repose sur le choix des échelles géographiques : si la commune représente toujours le point de départ, l'intercommunalité semble de plus en plus pertinente. Des projets de communautés d'agglomération – voire de communautés urbaines – aboutissant à une marque territoriale aux démarches des Parcs naturels régionaux, en passant par la marque collective régionale, tous visent à valoriser l'endive de pleine terre sous l'appellation « produit de terroir ». Cependant, l'usage de cette expression incite à la prudence, tant la démonstration scientifique est longue, difficile, voire critique. Toute la difficulté de valoriser et de lier l'endive de pleine terre au terroir réside dans l'association de l'ancrage historique du légume, des savoir-faire transmis de génération en génération par les producteurs et du rôle des réseaux

relationnels entre les différents acteurs de la filière. D'une manière générale, les démarches de valorisation actuelle sont essentiellement territoriales : elles se développent sans s'intégrer à la filière, au point de voir se former une mosaïque de signes distinctifs, juxtaposés les uns aux autres, dans le Nord-Pas-de-Calais. Le développement de l'utilisation de l'endive dans le domaine agroalimentaire ⁵⁸ et la référence abusive au terme de « qualité » renforcent la « confusion territoriale », pour reprendre l'expression de Jean Pilleboue ⁵⁹. L'endive de pleine terre apparaît alors comme un produit de territoire, et non comme un produit de terroir.

NOTES

1. Dominique POULOT [dir.], *Patrimoine et Modernité*, collection Chemins de la Mémoire, Paris, Éditions L'Harmattan, 1998, 315 p. ; Claire DELFOSSE et Jean PILLEBOUE, « Patrimoine rural et production agricole de qualité », dans *Colloque « Regards croisés sur le patrimoine »*, Paris, octobre 1999, 19 p. ; Denis CHEVALLIER, Isac CHIVA et Françoise DUBOST, « L'invention du patrimoine rural », dans Denis CHEVALLIER [dir.], *Vives campagnes. Le patrimoine rural, projet de société*, collection Mutations, Paris, Éditions Autrement, mai 2000, Paris, 224 p.
2. Laurence BÉRARD et Philippe MARCHENAY, *Les produits de terroir. Entre cultures et règlements*, Paris, CNRS Éditions, 2004, 230 p.
3. Jean VAUDOIS, « Production légumière, progrès technique et organisation économique des producteurs, l'endive dans la région du Nord », dans *Hommes et terres du Nord*, n° 1, 1975, Lille, UFR de géographie et d'aménagement, pp. 29-78.
4. Jean-Paul DIRY, « Filières agro-alimentaires et bassins de production dans les pays développés », dans *Bulletin de l'Association des géographes français*, n° 4, 1997, pp. 434-443.
5. Jean VAUDOIS, « Les dynamiques spatiales des productions légumières : l'évolution récente des bassins endiviers de Nord-Picardie », dans *Méditerranée*, n° 3-4, 2000, pp. 65-73.
6. La découverte de l'endive est souvent attribuée à Monsieur Breziers, chef de culture du jardin botanique de l'État de Bruxelles. Une légende s'est développée, à partir d'une « découverte par hasard », suite à un oubli accidentel de quelques racines de chicorée, dans une cave utilisée pour la culture de champignons. Mais, les recherches historiques (Jean VAUDOIS, « Production et commerce extérieur de l'endive en Europe : bilan d'une expansion séculaire », dans *Hommes et terres du Nord*, n° 1, 1984, Lille, UFR de géographie et d'aménagement, pp. 8-16) soulignent que l'endive résulte de l'adaptation, dans des conditions particulières, de la technique de production de la barbe-de-capucin, à la chicorée de Bruxelles.
7. Les évolutions et les changements radicaux sont à l'origine de l'expression « révolution endivière », utilisée par Jean Vaudois (Jean VAUDOIS, « Production légumière... », art. cité) et dans quelques supports de presse écrite.
8. Le terme « chicon », d'origine patoisante, est fréquemment employé comme synonyme d'endive, dans le nord de la France. Mais, pour certains, il signifie également le « chicot », c'est-à-dire le trognon.

9. Source : enquêtes personnelles, 2004.
10. Jean VAUDOIS, « Production légumière... », art. cité.
11. Des aides financières ont été mises en place ; des incitations et orientations ont favorisé de nombreuses installations en salle de forçage.
12. Jean VAUDOIS, « Production légumière... », art. cité.
13. Les réseaux les plus développés sont à caractère économique, commercial, technique, syndical et familial.
14. Source : enquêtes personnelles 2002-2003.
15. Le terme « chiconneux » ou « chiconeux » provient du patois local et désigne les producteurs d'endives, sans distinction de leur méthode de production.
16. Il aurait été intéressant de savoir l'opinion de ces organisateurs à l'époque : était-elle identique ? L'évolution du contexte n'a-t-il pas modifié leurs points de vue ? Difficile d'obtenir des réponses, en raison de l'absence de sources sûres et de la disparition de personnes-ressources.
17. Jean VAUDOIS, « Les dynamiques spatiales des productions légumières... », art. cité.
18. Voire dans d'autres régions, avec l'exemple de la Champagne, qui s'affirme de plus en plus et illustre le processus de diffusion continue du légume.
19. Jean VAUDOIS, « Les dynamiques spatiales des productions légumières... », art. cité.
20. Organisation commune de marchés-légumes (règlement 2200/96).
21. Jean VAUDOIS, « Les dynamiques spatiales des productions légumières... », art. cité.
22. La Confrérie de l'Endive de France donne une dimension culturelle importante au bassin du Cambrésis notamment par la localisation de son siège et la grande mobilité de ses membres. Ces derniers font la promotion de l'endive, dans les départements, dans le Nord-Pas-de-Calais, voire dans d'autres régions.
23. L'endive est déclinée des plats classiques, où elle est crue ou cuite, aux plats élaborés par de grands chefs, où elle est associée à d'autres produits, jusqu'aux innovations (confiture, glace...).
24. Source : enquêtes personnelles 2002-2004.
25. La dénomination régionale est très souvent distinguée, indiquant au public une origine des produits. En revanche, les noms de lieux n'apparaissent pas toujours.
26. Des historiens et des ethnologues ont déjà désigné ces activités par les termes de « folklorisme » et de « revitalisation ».
27. Guy DI MÉO, *La géographie en fêtes*, collection Géophrys, Paris, Éditions OPHRYS, 2001, 270 p.
28. Perle du Nord propose également une gamme de produits, en plus de l'endive : choux-fleur, frisée, pissenlit blanc, barbe de capucin...
29. Le Celfnord communique régulièrement sur l'endive « Perle du Nord » (campagnes publicitaires à la radio, à la télévision et sur supports papiers...). Le Comité de promotion des produits du Nord-Pas-de-Calais et la Chambre d'agriculture régionale soutiennent également des campagnes d'information générale sur le légume.
30. Cela peut être une preuve de l'évolution de savoir-faire traditionnels. D'autres méthodes sont à leur tour valorisées.
31. Sur la carte de localisation des principaux produits régionaux, réalisée par le Comité de promotion des produits du Nord-Pas-de-Calais, l'endive est placée en bas du support cartographique, en dehors de la région : est-ce un témoignage d'une territorialisation inexistante ?
32. Des enquêtes personnelles (2002-2005) mettent en évidence une moyenne de trente kilomètres de trajet aller entre le lieu d'habitation et le lieu d'achat.

33. La tranche d'âge dominante est supérieure à « 60 ans et plus », mais les « 40-60 ans » apparaissent nombreux (enquêtes personnelles). Des enquêtes plus précises permettraient d'affiner le poids de ces consommateurs.
34. On se rapproche ici de l'affirmation « le patrimoine des uns n'est pas celui des autres », développée par Denis CHEVALLIER, Isac CHIVA et Françoise DUBOST, « L'invention du patrimoine rural », art. cité, p. 28.
35. À propos de la reconstruction : la référence à la terre qui dévoilait un aspect répugnant, sale et inconsommable, pour l'ensemble des consommateurs, d'après de nombreuses études, tend à devenir un critère d'achat, témoignant du lien produit-territoire et d'une certaine naturalité idéalisée. L'image de l'endive de pleine terre semble ainsi être reconstruite autour de cette référence, à laquelle on peut adjoindre de nombreux autres qualificatifs.
36. Aline BROCHOT, « Enjeux locaux de la revalorisation des cultures régionales », dans Claire DELFOSSÉ. [dir.], *Cultures et territoires.— Hommes et terres du Nord*, n° 4, 2001, Lille, UFR de géographie et d'aménagement, pp. 205-213.
37. Les élus enquêtés ont régulièrement utilisé le terme « territoire » à la place de « circonscription électorale ». Cela souligne en partie l'affirmation de territoires politiques, aboutissant à une sorte de « puzzle » dans le Nord-Pas-de-Calais.
38. Il est même évoqué d'étendre la fête de l'endive aux produits de terroir.
39. Scarpe-Escaut représente le plus ancien des parcs naturels régionaux français, puisqu'il a été créé en 1968 ; celui de l'Avesnois date de 1998 ; celui des Caps et Marais d'Opale, de 1999.
40. Lucette LAURENS, « L'agriculture dans les parcs naturels régionaux, entre multifonctionnalité et concertation », dans *Hommes et terres du Nord*, n° 4, 2000, Lille, UFR de géographie et d'aménagement, pp. 238-245.
41. La charte du Parc naturel régional, contrat établi en commun par un grand nombre d'acteurs, fixe notamment les orientations et les mesures prochainement mises en œuvre pour une durée de dix ans, et présente un programme d'actions chiffré.
42. Voir à ce sujet le règlement général de la marque « Parc Naturel Régional », FÉDÉRATION DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, *Règlement général de la marque « Parc Naturel Régional »*, Paris, Fédération des Parcs Naturels régionaux de France, 1997.
43. Le Parc naturel régional de l'Avesnois ne recoupe pas de bassin endivier. Mais, il n'en demeure pas moins un territoire reconnu pour de nombreux produits de terroir, dont le maroilles AOC.
44. Voir à ce sujet, notamment Denis CHEVALIER, Isac CHIVA et Françoise DUBOST, « L'invention du patrimoine rural », art. cité.
45. On retrouve ici une partie des enjeux développés par Claire Delfosse : Claire DELFOSSÉ, « Noms de pays et produits de terroir : enjeux des dénominations géographiques », dans *L'Espace géographique*, n° 3, 1997, pp. 222-230.
46. Jacqueline BONNAMOUR, « Du global au local », dans Jacqueline BONNAMOUR et Isabel BOUSSARD [dir.], *Agriculture, régions et organisation administrative. Du global au local*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2002, pp. 19-41.
47. Le conseil régional, les conseils généraux, les intercommunalités, les communes, des organismes consulaires...
48. Le rattachement dépend de la durée de la charte...
49. Ces attentes concernaient surtout le domaine agroalimentaire, avec des entreprises régionales désireuses d'être reconnues.

50. Pour reprendre la formule utilisée dans les années 1990. Les produits, essentiellement agroalimentaires (bières spéciales du Nord, charcuteries et salaisons, produits de la mer, produits laitiers...), étaient certifiés par le Groupement Qualité Nord-Pas-de-Calais, organisme certificateur indépendant, agréé par les pouvoirs publics. Voir : *Nord-Pas-de-Calais : produits du terroir et recettes traditionnelles*, collection Inventaire du patrimoine culinaire de la France, Paris, Éditions Albin Michel/Conseil national des arts culinaires, 1994, 320 p.
51. Pour reprendre les termes de la charte des produits de terroir du Nord-Pas-de-Calais.
52. La Charte s'appuyait, pour les producteurs d'endives, sur un cahier des charges relativement rigoureux, précisant de nombreux points (production de racines, forçage...) et impliquant un contrôle par un organisme indépendant (le Groupement Qualité Nord-Pas-de-Calais).
53. La charte des produits de terroirs semble évoluer vers une charte de l'artisan.
54. L'objectif initial de la marque est de « produire, transformer, distribuer et consommer en Nord-Pas-de-Calais, en valorisant le sérieux et le savoir-faire des producteurs et transformateurs régionaux ».
55. Lors de l'écriture de cet article, la décision était négative, afin de ne pas aboutir à une superposition de deux marques collectives régionales. Mais le problème de l'articulation subsiste.
56. Aux marques de distributeurs, encore appelée « MDD », s'ajoutent des marques propres aux organisations de producteurs d'endives, des signes distinctifs se référant à des EPCI, des marques agroalimentaires, sans oublier la marque régionale « Perle du Nord ».
57. Suite à l'audit endive de 2004, « Perle du Nord » a été concédée par le Celfnord à six organisations de producteurs, pour une durée provisoire d'un an. Gérée par une société anonyme simplifiée, elle devrait bénéficier d'une nouvelle politique commerciale pour la valorisation de l'endive, en s'appuyant sur des innovations régulières. À cela s'ajoute la création d'une Fédération commerciale de l'endive.
58. De nombreuses firmes agroalimentaires, spécialisées dans la transformation de légumes, proposent (ou projettent) de se développer en première gamme, et d'intégrer l'endive dans leurs références. Dans la valorisation du légume, l'appui et l'utilisation de leurs marques, connues du grand public et sans référence précise à un territoire, risque de concurrencer fortement les marques déjà présentes dans la filière.
59. Jean PILLEBOUE, « Les nouveaux bassins de production de la qualité agro-alimentaire : clarification ou confusion territoriale ? », dans *Hommes et terres du Nord*, n° 4, 2000, Lille, UFR de géographie et d'aménagement, pp. 202-215.
-

RÉSUMÉS

L'endive de pleine terre représente un élément du patrimoine du Nord-Pas-de-Calais et semble entrer aujourd'hui dans la catégorie des produits de terroir. Ce légume particulier a déjà été valorisé, mais de façon éphémère et très localisée, au sein des bassins de production agricole historiques. Le développement rapide de l'industrialisation des méthodes de production de

l'endive, la formation de nouveaux bassins et les bouleversements structurels causés par l'OCM Légumes ont engendré à la fois l'affaiblissement des bassins de production historiques et la marginalisation de l'endive de pleine terre. Aujourd'hui, ce légume traditionnel, menacé de disparition mais de plus en plus demandé, semble en voie de revalorisation sous l'appellation « produit de terroir ». De nombreux enjeux territoriaux apparaissent à travers le choix des échelles géographiques, le positionnement dans la filière à côté de l'endive produite avec des méthodes industrialisées, le développement du marketing territorial, le soutien d'élus locaux, ainsi que la valorisation économique, notamment via le lancement de marques commerciales.

Éric MANOUVRIER, The Chicory, a "produit du terroir" of the Nord-Pas-de-Calais?

The open ground Chicory witloof represents an element of the heritage of the Nord-Pas-de-Calais and seems to be included today in the category of traditional rustic products. This particular vegetable was already developed, but in a transitory and very localised way, within the historical production basins. The fast development of the industrialization of the methods of production of chicory witloof, the formation of new basins and the structural upheavals caused by the OCM-Légumes generated at the same time the weakening of the historical production basins and the marginalisation of open ground chicory witloof. Today, this traditional vegetable, threatened with disappearance but more and more in demand, seems in the process of re-valorisation under the status of "*produit de terroir*". Many territorial stakes appear through the choice of the geographical scales, positioning in the chain beside chicory witloof produced with industrialized methods, the development of territorial marketing, the support of local councillors, as well as economic valorisation, in particular via the launching of trade marks.