

## Le modèle du panier de biens

Grille d'analyse et observations de terrain

*The model of 'panier de biens': Grid of analysis and empirical observations*

Maud Hirczak, Mehdi Moalla, Amédée Mollard, Bernard Pecqueur,  
Mbolatiana Rambonilaza et Dominique Vollet

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/366>

DOI : 10.4000/economierurale.366

ISSN : 2105-2581

### Éditeur

Société Française d'Économie Rurale (SFER)

### Édition imprimée

Date de publication : 30 décembre 2008

Pagination : 55-70

ISSN : 0013-0559

### Référence électronique

Maud Hirczak, Mehdi Moalla, Amédée Mollard, Bernard Pecqueur, Mbolatiana Rambonilaza et Dominique Vollet, « Le modèle du panier de biens », *Économie rurale* [En ligne], 308 | Novembre-décembre 2008, mis en ligne le 01 novembre 2010, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/366> ; DOI : 10.4000/economierurale.366

---

# Le modèle du panier de biens

## Grille d'analyse et observations de terrain

Maud HIRCAK • CNRS-MTE, Université Montpellier III

Mehdi MOALLA, Amédée MOLLARD • GAEL INRA, Université Pierre Mendès France, Grenoble

Bernard PECQUEUR • PACTE Territoires, Université Joseph Fourier, Grenoble

Mbolatiana RAMBONILAZA • ADER, Cemagref, Bordeaux

Dominique VOLLET • METAFORT, Cemagref, Clermont Ferrand

### Introduction

Cet article présente une synthèse de résultats de recherches accumulés depuis plus de dix ans<sup>1</sup> sur les liens entre produits et services de qualité<sup>2</sup> environnement et territoires. Son objectif est tout d'abord de mieux définir le contenu et les outils d'analyse du modèle du « panier de biens », ainsi que les conditions concrètes qui permettent de passer d'une perspective « potentielle » à la mise en œuvre « réelle et pérenne » de ce modèle<sup>3</sup>. Cela implique d'analyser, pour un ensemble de territoires, la variabilité des contributions des ressources territoriales à un développement durable localisé, selon les modalités de rencontre entre offre et demande de produits et services de qualité.

L'offre porte sur un ensemble de produits et services de qualité, complémentaires et ancrés dans un territoire donné (Gouttebel, 2001). Elle rencontre une demande rigide pour ces biens typiques du territoire qui dépend certes de leurs prix et de signaux objectifs, mais aussi d'attributs cognitifs non codifiés (attitudes, croyances, valeurs, images ou symboles, d'ordre subjectif et affectif, selon Filser, 1996). Ces

représentations s'inscrivent durablement dans l'esprit des consommateurs lors de la fréquentation touristique des espaces ruraux (Brown, 1993). Elles façonnent leurs préférences *via* des interactions positives entre produits de qualité ayant un fort ancrage territorial.

Pour analyser la rencontre entre cette offre composite et cette demande spécifique, nous avons mobilisé le cadre d'analyse de la concurrence imparfaite et des défaillances du marché qui permet d'expliquer la différenciation des produits par la qualité et l'existence d'externalités ou de rentes spécifiques dans un contexte territorial et environnemental où interagissent biens publics et biens privés. Nous abandonnons donc l'hypothèse d'une demande générique de biens homogènes et substituables, mais aussi celle de la différenciation d'origine géographique entre produits de pays différents *made in*, dans la logique de l'hypothèse d'Armington (Lacroix *et al.*, 2000). Nous avons préféré l'approche de Lancaster (1991) pour qui un bien n'a pas d'utilité en soi, mais seulement les caractéristiques qui le constituent, ce qui traduit une vision différente des préférences des consommateurs. Des biens différents peuvent être reliés par une ou plusieurs caractéristiques ou attributs communs, ce qui leur confère une « identité partagée » et donc une complémentarité que l'on retrouve, par exemple, dans des produits de même origine ou les services touristiques liés à un même lieu. Dans cette approche en termes de « biens complexes territorialisés », le consommateur joue un rôle actif

1. Recherches menées de 1996 à 2005 avec l'aide de PSDR Rhône-Alpes et du programme multifonctionnalité, avec deux thèses, en économie (Moalla, 2005) et en géographie (Hirczak, 2007).

2. Il s'agit d'une qualité spécifique qui renvoie aux processus de différenciation de ces produits, déjà analysée dans Mollard *et al.*, (2001) et Mollard (2001). On en donne une synthèse page 57.

3. La notion de modèle utilisée dans cet article est précisée page 58.

dans la détermination des attributs et recherche non pas un bien pour lequel il aurait une préférence prédéfinie, mais le « service de base » qu'est susceptible de lui rendre l'intégration d'un ensemble de biens complémentaires (Lambin, 1993).

Nous avons appliqué ce cadre d'analyse à la région des Baronnies (Drôme) où nous avons analysé la rencontre entre cette offre et cette demande spécifiques et mis en évidence de façon détaillée l'existence d'un ensemble conjoint de biens complexes territorialisés que nous avons appelé le « panier de biens », qui se construit autour de rentes de qualité territoriales (RQT). Dans cet exemple fondateur, le panier s'est constitué autour d'un produit leader, l'huile d'olive AOC de Nyons, qui a agrégé autour de lui d'autres produits issus aussi d'une longue tradition (dérivés de l'huile d'olive, vins de pays de cépage, lavande fine AOC, huiles essentielles et plantes aromatiques). Ce panier de biens et de services de qualité provient de la rencontre originale entre une offre à la fois composite et située, de produits de terroir et de services de qualité ancrés dans un espace particulier, sa culture, son histoire (Pecqueur, 2001) et une demande attirée précisément par cette relation biunivoque entre une gamme de produits et leur territoire, avec ses caractéristiques propres (Mollard *et al.*, 2001)<sup>4</sup>.

Nous avons alors recherché l'origine de ce modèle de développement qui apparaissait à beaucoup comme paradoxal. Les Baronnies constituaient en effet un de ces territoires ruraux « condamnés » à la marginalisation et à la déprise dans les années 1960-1970, car ils étaient mis à l'écart du

processus de modernisation de l'agriculture et, plus largement, de l'ensemble des activités économiques. Mais de façon inattendue, ce handicap s'est transformé peu à peu, à partir du milieu des années 1980, en ressources nouvelles très demandées : faibles densités, biodiversité, aménités environnementales, potentiel touristique et patrimonial préservé, tradition de produits et de services de qualité, etc. Ces caractéristiques étaient d'autant plus recherchées qu'elles devenaient rares dans les espaces industrialisés et urbanisés, marqués par un contexte de consommation de masse, de production générique, avec des effets négatifs pour l'environnement. Cette demande croissante pour les produits de qualité de ces territoires ruraux a permis aux producteurs de ces ressources nouvelles de renverser totalement leur position dans la concurrence des produits et des territoires.

Lors des premières présentations de nos résultats, une objection récurrente de nos partenaires de recherche était que le cas des Baronnies constituait sans doute une exception et qu'il s'agissait d'un modèle isolé, malgré tout son intérêt. Mais si ce contexte historique général était bien à l'origine de cette renaissance et permettait de mettre en évidence le modèle du panier de biens, nous devions alors être capables de l'observer aussi dans d'autres territoires ayant hérité d'un contexte comparable, ce que nous avons testé d'abord en Aubrac dans le Massif central (Angeon et Vollet, 2004), puis dans le Chablais, le Vercors, la Bresse et d'autres territoires de Rhône-Alpes (Hirczak, *op. cit.*). À première vue, les observations réalisées dans certains de ces territoires paraissaient en effet semblables, donnant ainsi à cet exemple une portée plus générale. Mais nous avons noté aussi qu'à potentiel de ressources égal, les opportunités de développement étaient mieux valorisées ici que là, en particulier lorsque les acteurs publics et privés coopéraient entre eux pour soutenir ou porter ces processus de valorisation.

---

4. Nous ne traiterons pas ici du cas déjà étudié des Baronnies et nous renvoyons le lecteur à nos références sur ce territoire qui peuvent être consultées sur le site du labo Inra Grenoble <http://www.grenoble.inra.fr/Web> et sur les « Cahiers de la Multifonctionnalité » <http://www.inra.fr/sed/multifonction/cahiersMF.htm>

Pour atteindre cet objectif, cet article s'organise en deux parties. La première partie définit les concepts et méthodes autour desquels a été construit un modèle général du panier de biens et de services territorialisés, avec différentes configurations possibles. Ceci débouche sur les éléments constitutifs de ce modèle. La deuxième partie confronte ces éléments constitutifs à la pluralité des formes de rencontre entre demande spécifique et offre composite de produits de qualité territoriale. Elle débouche sur une grille d'analyse qui permet de tester la généralité de ce modèle, ses conditions d'existence et de pérennisation.

## Les éléments constitutifs du modèle du panier de biens

### 1. Les deux piliers du modèle : le panier de biens et la rente de qualité territoriale

L'hypothèse du panier de biens se vérifie quand un ou plusieurs consommateurs achètent un ensemble de biens complémentaires (*i.e.* non substituables et non indépendants) issus d'un territoire donné avec un consentement à payer élevé et donc un prix qui dégage une rente de qualité territoriale (RQT) pour les producteurs de ces biens (Mollard, 2001).

À partir de l'acquisition d'un produit lié à un territoire, le consommateur découvre la spécificité des autres produits issus de la production locale et détermine son utilité non plus sur ce seul produit, mais sur l'ensemble des produits et services offerts (le panier). Il ne s'agit pas, dans le cas traité ici, d'une élasticité/prix croisée pour deux biens homogènes et indépendants, mais d'une offre composite de produits joints ayant des attributs communs, qui génèrent un surplus du consommateur plus élevé que la somme des surplus de chaque produit. Cette valeur additionnelle vient de ce que le consommateur accepte d'acheter ces produits à un prix supérieur à celui de produits équivalents.

En réalité cet achat porte, de façon liée, sur autre chose d'implicite, pour laquelle il a un consentement à payer qui s'exprime *via* le prix du produit. Derrière ce panier de biens et de services, le consommateur achète en réalité l'image positive, la réputation de qualité du territoire qu'il fréquente et les caractéristiques qu'il apprécie, c'est-à-dire une combinaison de biens privés et publics qui concourent à élaborer une image globale positive du territoire.

Une analyse plus approfondie montre que cette agrégation de biens complémentaires qui « font système » peut être expliquée par l'intégration de deux approches économiques habituellement séparées : la qualité et le territoire. C'est leur convergence et leur complémentarité qui justifient la construction du concept de rente de qualité territoriale :

- *L'approche par la qualité*, branche de l'économie industrielle, met en évidence deux situations :
  - un *processus de qualification de biens et services complémentaires* offerts par plusieurs producteurs (le panier), dans une logique de différenciation des produits, qui déplace le champ de la concurrence et fait émerger de nouveaux marchés abandonnés par la production générique ;
  - l'intensité des *préférences des consommateurs* (exprimées ou latentes) en faveur de produits ou services de qualité, rares, différenciés ou spécifiques, dont la demande est d'autant plus rigide que se développent des effets négatifs liés au processus d'industrialisation.

Cette logique économique génère une rente de qualité qui s'inscrit dans la tradition marshallienne du surplus du consommateur. Selon Marshall, en effet, la rente est différentielle et résulte d'un simple excédent de prix à coût égal. Elle est due à un contexte de rareté et renvoie à une problématique de différenciation entre producteurs.

- *L'approche territoriale*, branche de l'économie spatiale, met en valeur un potentiel de production et d'exploitation de ressources conjointes et spécifiques, ancré dans un territoire, fortement identifié à celui-ci et valorisable localement, c'est-à-dire, à la fois :
  - *intrinsèque* à ce territoire, donc disponible *ex ante* (ressources naturelles, topographie, climat),
  - *construit* sur ce territoire comme résultat d'une histoire et d'un patrimoine commun,
  - *interdépendant et complémentaire*, c'est-à-dire valorisant leur combinaison interactive plutôt que leur simple juxtaposition, voire leur concurrence.

Ces ressources spécifiques sont valorisées sous la forme d'une *rente territoriale*, qui est en filiation directe avec la rente différentielle de Ricardo et se traduit, à coût de production égal, par des prix plus élevés que ceux d'une offre comparable de nature générique. Cette rente résulte de la différence entre deux prix observables sur le marché des biens et services considérés, le prix de référence étant celui pour lequel la rente est nulle (Mollard, 2001).

Ces deux filiations de la rente, le plus souvent développées séparément, peuvent se décliner à la fois dans une économie de l'offre et de la demande où convergent l'effet-qualité et l'effet-territoire. Lorsque se rencontre sur un même territoire une offre complémentaire de produits ou de services de qualité et une forte demande pour des biens typiques et spécifiques de ce territoire, ces deux effets interagissent et se renforcent mutuellement sous la forme d'une rente de qualité territoriale (RQT). La qualité est alors intrinsèquement liée à ce territoire, du fait qu'il est doté de ressources spécifiques valorisées conjointement et peu substituables à celles d'un autre territoire. Par contre, lorsque l'on n'observe qu'une partie de ces effets dans un territoire donné ou s'ils sont juxtaposés, les formes de rentes qui apparaissent sont partielles ou éphémères.

## 2. Les composantes du modèle du panier de biens

Ainsi, la RQT constitue le levier principal de l'émergence du panier de biens dont nous cherchons les principales caractéristiques. On ne conçoit ici la notion de modèle ni comme une représentation simplifiée du réel, ni comme un modèle normatif idéal devant faire l'objet de préconisations. Il s'agit plutôt de l'observation de régularités et de caractéristiques relativement stables pouvant se répéter dans des situations non strictement identiques. On observe trois composantes que l'on retrouve dans les diverses combinaisons de paniers.

### *Une offre spécifique de produits et de services privés sur un territoire*

Dans un contexte de différenciation des produits et de complexification croissante de l'offre, le panier combine un ensemble de caractéristiques objectives des produits (goût, senteur, saveur, ...), à un ensemble d'attributs, d'images ou de symboles ayant un caractère cognitif. Les produits du panier, qui résultent d'une culture et d'une histoire longue, se renvoient les uns aux autres, avec une origine territoriale commune et une image de qualité cohérente, et sont peu substituables aux produits génériques. Leur production est spécifique, liée à un terroir, un savoir-faire, des innovations, peu faciles à reproduire. La consommation sur place de ces produits est également facilitée par l'attraction de services marchands ou non marchands qui jouent le rôle d'opérateurs de ressources, c'est-à-dire de prestations dont la consommation est structurellement liée à d'autres produits du panier : par exemple le tourisme, la gastronomie, les résidences secondaires, qui facilitent l'accès de leurs usagers au panier de biens.

### *Une demande inélastique et spécifique de type « shopping »*

Les consommateurs du panier de biens ont souvent comme caractéristique commune de privilégier le territoire comme vecteur

d'achat conjoint de produits et de services, avec un lien de proximité et de confiance considéré comme spécifique à ce territoire. Cela explique que l'activité de consommation soit structurée par des séjours touristiques, mais aussi par la vente directe, la gastronomie et la restauration, le marché urbain, les visites du patrimoine, la culture, etc. Finalement, la préférence exprimée pour les produits ou les services locaux n'est en définitive qu'une préférence indirecte pour le territoire lui-même, sa réputation, ses traditions, ce qui explique que la demande soit peu élastique par rapport aux prix. Pour la même raison, le marché privilégié est de type shopping: le consommateur compose lui-même le panier de biens dans une relation d'appropriation du territoire, liée tout d'abord au choix de la destination et du site, puis à la durée et à la qualité du séjour.

#### *Des biens publics locaux qui valorisent le panier de biens*

Puisque le contexte territorial confère sa marque à cette rencontre entre l'offre et la demande, on comprend que les ressources territoriales qui entourent les produits contribuent à le mettre en valeur. Un ensemble de biens publics locaux qui ne sont accessibles que dans un territoire donné et dont l'usage implique d'y accéder (Tiebout, 1956) jouent le rôle d'une sorte d'écrin localisé qui met en scène le panier de biens : aménités environnementales, paysages, biodiversité, mais aussi patrimoine, architecture, histoire, culture et traditions. Ces biens publics environnementaux et patrimoniaux conditionnent la durabilité du développement territorial grâce à leur flux d'externalités positives.

### **3. Les méthodes d'analyse du panier et de la rente**

Généraliser les recherches sur le modèle du panier de biens à un nombre élevé de territoires, nous impose de systématiser les méthodologies d'observation, à la fois *qualitatives et quantitatives*.

- Les premières ont recours, classiquement, à des enquêtes et interviews d'acteurs (opérateurs touristiques, entreprises, collectivités et syndicats mixtes, gîtes ruraux, etc.) et à des consommateurs (touristes, résidents secondaires et autres usagers). Ceci nous permet de mieux connaître les stratégies d'acteurs et leur degré de coordination, mais aussi d'observer les comportements des consommateurs et le mode de construction du panier de biens sur les lieux d'achat ou de séjour les plus fréquentés. Mais on peut utiliser aussi l'analyse cartographique pour définir les relations positives entre qualité des produits et qualité de l'environnement dans les territoires ruraux, en superposant des indicateurs représentatifs de ces deux niveaux de qualité (Hirczak et Mollard, 2004). C'est avec ce type d'approche que l'on a repéré de nouveaux terrains d'observation dans la région Rhône-Alpes.

- Les secondes, dans un contexte de produits ou services non marchands, se réfèrent aux deux approches classiques des économistes pour trouver un équivalent monétaire : les *préférences déclarées* qui reconstituent sous certaines hypothèses des marchés hypothétiques de produits ou services non marchands ; les *préférences révélées*, qui observent les comportements sur des marchés réels, censés avoir un lien contextuel avec des préférences qui restent implicites. Les premières ont très souvent recours à la Méthode d'évaluation contingente (MEC), tandis que la seconde préconise la Méthode des prix hédonistes (MPH) ou celle des coûts de déplacements (MCD), pour imputer aux usages non marchands tout ou partie des transactions réelles observées. La MPH a l'avantage de partir de transactions réelles, mais il y a dans toutes ces applications, au final, des points faibles évoqués par la littérature, qu'il n'est pas possible d'approfondir dans le cadre de cet article (Desaigues et Point, 1993). Pour notre part, nous en avons réalisé une évaluation critique plus détaillée dans des travaux qui ont privilégié une

méthode par les *préférences ordinales* avec comme avantage de se situer en amont de toute évaluation monétaire (Moalla et Mollard, 2007).

Ces méthodes qualitatives et quantitatives ont été utilisées pour l'observation des deux piliers du modèle : le panier de biens et la RQT.

#### *L'observation du panier de biens*

Comment montrer qu'un ensemble de produits s'agrège et fait système ? En effet, le panier de biens n'est pas observable directement et nécessite une méthodologie exploratoire du fait que les consommateurs construisent eux-mêmes peu à peu le panier de produits et de services localisés sur le territoire qu'ils fréquentent. Pour construire les données, on a analysé les occurrences des produits du panier dans les factures d'achats et on a mis en place des enquêtes-consommateurs. Dans les deux cas, les données recueillies sont traitées par la mise en place d'une analyse des mots associés (Grivel et François, 1995) souvent utilisée dans le domaine documentaire<sup>5</sup>. La transposition de cette méthode aux produits de qualité permet d'identifier des *clusters* c'est-à-dire des ensembles de produits associés qui font partie du panier. Ces clusters sont visibles grâce à une classification ascendante hiérarchique, en utilisant un indice d'équivalence qui permet de mettre en évidence les associations fortes. Ainsi, deux produits qui apparaissent assez souvent mais de manière indépendante seront présentés comme ayant un lien faible par rapport à deux produits qui apparaissent peu, mais toujours simultanément.

Dans le cas des Baronnies, nous avons analysé les achats effectués en 1999 à la

coopérative de Nyons au cours de deux périodes de dix jours, en haute et basse saison. Cela nous a permis de constituer une base de données de 16 500 factures et de l'exploiter avec le logiciel d'analyse lexicostatistique Sampler développé par Jouve (1996) pour observer les co-occurrences de produits les plus fréquentes dans les factures et en extraire une représentation graphique des paniers. Cette vue est plus ou moins détaillée selon le nombre de liens recherchés, le nombre minimal exigé de co-occurrences ou le nombre maximal de produits par *cluster*. Le résultat permet de qualifier les paniers achetés par les consommateurs, de connaître la complémentarité des biens acquis, de définir le ou les produits leaders et de réaliser une typologie des paniers. Cette méthode est d'autant plus efficace que les lieux d'achats observés présentent la gamme la plus large possible des produits du territoire. On peut l'appliquer aux locataires des gîtes ruraux, afin de faire le lien entre les produits achetés et les services fréquentés.

Nous avons également utilisé dans les Baronnies une méthode simple de révélation des préférences environnementales des locataires de gîtes ruraux pendant leur séjour, à partir d'une enquête auprès de 385 locataires de gîtes ruraux réalisée en très haute saison (Moalla, *op. cit.*). Une enquête identique a été réalisée dans l'Aubrac. Les locataires ont été invités à déclarer leurs préférences pour les variables intrinsèques (attributs de confort) et extrinsèques (accès aux commerces et aux loisirs, attributs environnementaux) au moyen d'une évaluation analytique ordinaire (notes de 1 à 10). Les résultats montrent l'importance des variables environnementales pour expliquer le prix élevé payé par les locataires de gîtes pour ce mode de séjour touristique. Ce résultat est plus probant que celui de la MPH qui ne peut prendre en compte qu'une image très diluée de l'environnement, car la transaction est toujours effectuée à distance.

---

5. *L'analyse des mots associés* mesure la force d'association entre les termes au sein d'un corpus documentaire. Celle-ci est effectuée à l'aide de la construction d'agrégats de termes appelés *clusters* et d'un diagramme stratégique pour évaluer leur proximité. Merci à M.-A. De Looze (Inra Gael) de nous avoir facilité l'accès à cette méthodologie.

### *L'observation de la rente de qualité territoriale*

La mise en évidence de la RQT est possible à la fois pour les produits de qualité issus du terroir et pour les biens immobiliers et services touristiques dont la demande est très sensible à la localisation.

Pour mettre en évidence le potentiel de rente des produits de qualité d'un territoire donné, la méthode utilisée est l'analyse statistique comparée de séries de prix homogènes concernant ces produits et leurs substituts génériques de qualité équivalente. Ceci permet de mettre en évidence sans trop de difficulté en termes d'acquisition de données, l'émergence d'une RQT. La temporalité des séries statistiques utilisées doit être assez longue – dix ans au moins – pour permettre de vérifier le caractère plus ou moins durable et significatif des écarts de prix par rapport à un produit de référence substituable. Cette analyse des différentiels de prix doit être considérée comme exploratoire, pour mesurer un potentiel de rente. En effet, elle ne démontre pas que les produits pris en compte dans l'analyse statistique sont substituables et que les fonctions de coût des concurrents sont très proches. La rente recherchée étant un excédent de prix sur le coût de production total (profit inclus), il faudrait déduire du différentiel de prix observé les coûts de production respectifs des produits comparés. Dans le cas des Baronnies, une analyse systématique a permis d'observer de tels différentiels nets de prix pour les produits du panier, au premier chef pour l'huile d'olive de Nyons (Moalla, *op. cit.*). La mise en évidence du différentiel de prix a également été réalisée dans l'Aubrac pour le fromage Laguiole (Angeon et Vollet, *op. cit.*).

Pour les biens immobiliers et services touristiques, nous avons eu recours à la méthode des prix hédonistes (MPH) qui constitue à nos yeux un outil d'évaluation confirmé (Mollard et al., 2006). La MPH permet d'estimer les prix implicites des attributs individuels des biens immobiliers,

tels que les caractéristiques de localisation, la qualité environnementale des lieux, la présence d'aménités, etc.<sup>6</sup> Ces prix implicites représentent le consentement à payer marginal du consommateur pour cet attribut. On évalue la rente par différence entre le consentement à payer pour un bien immobilier situé dans un territoire donné, et pour un bien équivalent situé dans d'autres territoires n'ayant pas ces caractéristiques.

Dans nos travaux, cette méthode nous a permis, à travers la décomposition des prix de marché des locations de tourisme, d'estimer le consentement marginal à payer du consommateur pour leurs différentes caractéristiques, intrinsèques et extrinsèques (Mollard et al., 2006). Nous l'avons réalisée à partir de 3000 observations extraites des bases de données des gîtes ruraux (catalogues de Gîtes de France et Clévacances) dans les Baronnies et l'Aubrac et leurs départements d'appartenance (Drôme, Aveyron, Cantal et Lozère). Ces bases fournissent les prix de location hebdomadaires et les caractéristiques intrinsèques des gîtes (confort intérieur, capacité). Les variables décrivant l'environnement ont été extraites de sources INSEE pour les communes concernées. Les résultats montrent que les différences de prix de location des gîtes s'expliquent assez peu par ces variables environnementales analytiques (3 %) relativement aux variables intrinsèques. Par contre, la différenciation s'effectue plutôt sur la base des variables territoriales, plus synthétiques. Le bilan est donc mitigé et nous encourage à approfondir les méthodes déclaratives ou expérimentales de révélation des préférences ordinales évoquées plus haut.

Les Baronnies et l'Aubrac ont été les terrains privilégiés de mise au point et d'application de ces méthodes qualitatives et

6. Elle peut bien entendu s'appliquer aussi aux produits de terroirs, ce que l'on pourrait faire par exemple pour l'huile d'olive de Nyons, dans la même démarche que Combris et al. (1997).



quantitatives et elles ont montré à la fois leur pertinence et leurs limites. On dispose donc désormais d'un ensemble cohérent de méthodes quantitatives pour analyser le panier de biens et la RQT. D'autres observations de nature plus qualitative ont également été accumulées par le biais de nombreuses enquêtes et interviews réalisées auprès des acteurs de plusieurs régions de Rhône-Alpes. On a donc accumulé peu à peu un appareil de preuves très intéressant pour réaliser une typologie plus générale des paniers observés et tenter d'esquisser maintenant une première synthèse des observations réalisées.

### **Le degré de généralisation du modèle du panier de biens**

Une présentation qui s'en tiendrait à l'énoncé strict des composantes observées sur des terrains précis ferait courir le risque d'aboutir à une conception trop figée de ce modèle qui serait considéré comme canonique, avec des caractéristiques fixes. Nous avons au contraire recherché la variabilité des assortiments de produits et services de qualité qui pouvaient *a priori* être observée sur d'autres territoires. Pour ce faire, deux trajectoires de recherche complémentaires ont été suivies dans les travaux empiriques dont nous rendons compte dans cet article : d'une part, une étude approfondie réalisée sur l'Aubrac, qui présentait à priori des caractéristiques assez comparables à celles des Baronnies (biens complémentaires, produits de terroir, patrimoine, faibles densités, zones de montagne et environnement de qualité) et qui avait été elle aussi caractérisée par une trajectoire historique qui l'excluait de la modernisation ; d'autre part, une analyse élargie à d'autres régions de Rhône-Alpes où les liens de complémentarité entre produits de qualité et les dynamiques de coordination d'acteurs semblaient relever du modèle du panier de biens, mais avec une incertitude sur la force du lien à ce modèle. Cela nous a conduits à réaliser des

observations dans une dizaine de régions sur le potentiel de ressources territoriales spécifiques et conjointes, la nature de l'offre et de la demande et des modes de coordination entre acteurs privés et publics. Cette typologie se base sur des enquêtes effectuées depuis 2003 auprès des partenaires des huit départements de Rhône-Alpes (Hirczak, 2007). En revanche, nous avons écarté volontairement de cette analyse les zones spécialisées, à caractère plutôt générique et sectoriel comme la vallée du Rhône dominée par l'arboriculture et la vigne, ou les plaines alluviales de l'Ain et de l'Isère, à vocation céréalière, mais aussi des zones « mono-AOC » comme le Beaujolais viticole, construites autour d'un seul produit, à la fois consommé localement mais aussi exporté dans le monde entier, les autres produits étant marginalisés. Autrement dit, notre recherche n'a pas porté sur tous les territoires de Rhône-Alpes, quels que soient leurs produits, mais sur ceux d'entre eux où étaient observables des « biens complexes territorialisés », caractérisés par la rencontre entre une demande spécifique plus liée au territoire qu'au secteur et une offre composite et complémentaire de produits de qualité. La question est alors de reconnaître ou non parmi tous ces assortiments de biens ceux d'entre eux qui répondent à la grille d'analyse du modèle du panier de biens présentée.

### **1. Une typologie des modèles observés sur le terrain**

Au terme de ces recherches, l'application des différents critères de notre grille d'analyse débouche sur une typologie assez complexe avec une gradation progressive de quatre variantes du modèle du panier de biens, depuis le modèle du panier proprement dit, jusqu'à des assortiments assez « lâches » de produits locaux qui ne relèvent plus de ce modèle. On constate dans tous ces cas que l'écart avec les modèles observés provient pour l'essentiel, soit d'une complémentarité plus faible entre les produits de

l'assortiment, soit d'une valorisation moins favorable des produits et services.

*Le modèle du panier proprement dit : l'Aubrac, le Diois...*

En comparaison avec les Baronnie, l'Aubrac, mais aussi d'autres territoires de Rhône-Alpes comme le Diois, présentent beaucoup de points communs et relèvent sans aucun doute du modèle du panier de biens. Tous ces territoires ont été marginalisés par la modernisation des années 1960-1970, condamnés, presque oubliés. Mais cet oubli, là aussi, leur a permis de conserver les productions traditionnelles et un environnement de qualité. Ils sont aujourd'hui à la croisée des chemins car le modèle du panier, s'il n'est pas pérennisé par tous les acteurs concernés, ne restera qu'une stratégie potentielle de développement territorial.

Le cas de l'Aubrac est intéressant à cet égard. On peut y observer un panier de biens émergent, générateur de rentes, composé de plusieurs produits, même si leur ancrage local et leur spécificité sont encore assez variables. Deux d'entre eux sont des produits spécifiques complémentaires – le fromage et le couteau Laguiole – autour desquels se construit le panier et qui contribuent à l'image d'un environnement préservé de l'Aubrac. Le cahier des charges du fromage Laguiole est plus exigeant que celui du Cantal, avec l'interdiction de l'ensilage mais et une aire de collecte limitée au plateau de l'Aubrac. Il bénéficie d'un différentiel de prix favorable et donc d'un potentiel de rente relativement élevé<sup>7</sup> grâce à cette spécificité construite peu à peu et qui se poursuivra avec l'interdiction probable de l'ensilage d'herbe et la sélection génétique engagée pour réintroduire le rameau laitier de la race Aubrac. Notons

aussi le cas particulier de l'aligot, produit qui combine tome et purée de pomme de terre, qui pourrait rapidement intégrer le panier de biens de l'Aubrac : il est entré dans un processus de spécification avec une demande d'IGP<sup>8</sup> ; il revêt de fortes dimensions culturelles et festives et est acheté simultanément avec les autres produits du panier.

Le couteau Laguiole fait aussi partie du panier, mais avec des facteurs de fragilité assez marqués. La relance du couteau au milieu des années 1980 a été une véritable réussite commerciale et de développement local, avec près de 150 emplois créés en lien direct avec la fabrication du couteau. Mais ce produit reste fragile pour plusieurs raisons : absence de protection de l'appellation « Laguiole », concurrence sur place de nombreux couteaux fabriqués à Thiers ou à l'étranger, dont la qualité très hétérogène est difficile à évaluer par un acheteur novice, ce qui décrédibilise l'image positive construite depuis vingt ans. À cela s'ajoutent les conflits d'intérêts entre les deux associations professionnelles coutelières. D'autres produits locaux pourraient entrer dans la logique du panier émergent en Aubrac, comme les apéritifs et les charcuteries, ou encore la viande bovine, qui bénéficient d'un net effort de différenciation par les signes de qualité. Mais le Label rouge « Bœuf fermier Aubrac » privilégie la race plutôt que le territoire, très vaste, tandis que le certificat de conformité des produits « Fleur d'Aubrac », dont la zone est aussi très large, dilue encore la spécificité des races avec des génisses croisées Charolais-Aubrac.

Au total, l'Aubrac revêt beaucoup de points communs avec le panier de biens des Baronnie : une offre spécifique de produits du pays (fromage, couteau, aligot), complétée de services touristiques (gîtes ruraux,

7. Le coût de production du Laguiole est similaire à celui du Cantal. La coopérative Jeune Montagne a la même taille et le même processus de transformation que les coopératives productrices du Cantal.

8. L'aligot est un produit strictement complémentaire du Laguiole : complémentarités technique, la tome étant la première étape de fabrication du Laguiole, et économique car il permet de valoriser tout le lait de la zone AOC.

circuits de visite, gastronomie et restauration) ; une forte demande pour la qualité des produits et services locaux et leur lien au territoire. Ce lien est cependant plus délicat à attester pour le couteau Laguiole, produit industriel dont la fabrication se situe dans un contexte concurrentiel beaucoup plus aigu que les autres produits locaux. À cela s'ajoute un ensemble de biens publics environnementaux et culturels favorables à la valorisation du panier, avec les images positives des estives, de la race Aubrac et des fêtes autour de l'aligot qui « file ». Il existe en outre des facteurs favorables à la consolidation de ce panier encore fragile. La coordination des acteurs privés, déjà bonne pour le fromage, se renforce pour le tourisme ou la viande bovine. Par ailleurs, émerge un projet de Parc Naturel Régional de l'Aubrac qui concerne trois départements (Aveyron, Cantal, Lozère) appartenant à trois régions différentes, avec des liens renforcés entre acteurs publics et privés (Pecqueur et *al.*, 2006), ce qui montre l'émergence d'une stratégie plus explicite de construction du modèle du panier sur la base de ce potentiel important.

*Le modèle du panier hybride :  
la Bresse et le Sud Grésivaudan*

Le modèle du panier de biens est qualifié d'hybride lorsque coexistent sur le même territoire un modèle générique à caractère sectoriel et des productions locales de qualité liées à la tradition (Hirczak et Mollard, 2005). Cela provient du fait que ces territoires ont connu à la fois une forte intégration au processus de modernisation des années 1960-1970, tout en conservant des « poches de résistance » très significatives, restées liées à la tradition comme la volaille de Bresse. Les produits issus de ce croisement tentent parfois de faire entre eux un mariage de raison, ce qui dessine un panier de biens d'un profil assez particulier. Tel est le cas de la Bresse et du Sud Grésivaudan.

Le modèle bressan cumule un mélange de territoires (zone AOC volaille *versus* bassins de production laitière ou d'élevage), des modes de production différents (forte variabilité des cahiers des charges), une hétérogénéité de la qualification de ses produits, avec une offre à la fois générique dans le cas du maïs ou du lait, spécifique pour le beurre et la crème de Bresse (AOC en cours), surtout pour la volaille de Bresse, dont l'image est brouillée par celle du label rouge/IGP « Volailles fermières de l'Ain » et le projet d'IGP « Volaille de Dombes ». La demande pour ces produits est plutôt générique et a-territoriale, mais on note tout de même le rôle important que jouent les circuits gastronomiques pour les produits issus de la tradition (Bessière, 1999). Le cas du bleu de Bresse est remarquable pour illustrer le caractère hybride de ce profil de panier. Dans les années 1960, les coopératives de Servas, puis de Grièges (regroupées ensuite au sein de Bressor Alliance) ont innové en créant le Bleu de Bresse dont le nom évoque le terroir, alors que le lait était collecté principalement dans la Dombes et le Val de Saône. Ce fromage, vendu essentiellement en grande surface, va connaître tout d'abord un grand succès et un prix assez élevé, ce qui explique l'intérêt que lui a porté le groupe Bongrain qui a racheté Bressor Alliance en 1990, avant de tomber assez vite dans la concurrence générique internationale avec les autres fromages industriels et des prix moins rémunérateurs (Delfosse, 2007). Cette évolution a fait tomber l'équivoque d'un lien supposé avec la volaille de Bresse à laquelle le Bleu de Bresse était souvent associé dans des opérations de communication, qui relevaient en fait de stratégies de « passager clandestin ». En l'état actuel, la Bresse cherche donc toujours sa voie entre tradition et modernité, d'autant que les difficultés de coordination entre les acteurs persistent (zone à cheval sur trois régions, donc superposition des délimitations, manque de cohérence et de lisibilité entre les projets). Il existe pourtant un ensemble de

ressources tout à fait exemplaire pour se rapprocher d'un panier de biens dont le profil convergerait avec le modèle du panier proprement dit.

Dans le Sud Grésivaudan, plusieurs facteurs ne permettent pas aux ressources territoriales de converger vers le modèle du panier de biens : fonctionnement très sectoriel de l'AOC noix de Grenoble, mais aussi du Saint Marcellin qui a élargi son aire de collecte et opté pour une IGP au lieu d'une AOC plus contraignante ; services touristiques ou de loisirs peu nombreux et mal valorisés ; importance de la pression foncière et configurations institutionnelles peu cohérentes. Il existe cependant des tentatives récentes de reterritorialisation de la production et de la qualité (huile de noix, réhabilitation du séchoir, etc.). Ces résistances par rapport aux productions sectorielles différencient ces territoires de ceux où le modèle de développement générique a fait disparaître les productions traditionnelles de façon irréversible. Les formes limitées de coordination sectorielle entre acteurs, de la convergence de leurs intérêts et le profil des opérateurs de ressources contribuent à différencier ce modèle hybride du modèle du panier de biens.

#### *Le modèle top-down en Ardèche*

Dans d'autres territoires, le panier de biens est né de stratégies efficaces d'institutions régionales ou départementales, dont l'Ardèche est une bonne illustration. L'offre de produits de qualité est réelle, diverse et spécifique (vins, châtaignes, fruits, fromages, viande, eaux minérales etc.) ; elle est renforcée par une offre conjointe de services de qualité (environnement, culture et patrimoine, offre touristique). Depuis le début des années 1990, la marque « Goutez l'Ardèche » s'est développée autour d'une image de qualité pour les produits et de cohérence globale, quelque soit l'acteur concerné (entreprise agroalimentaire, agriculteur, artisan, etc.). Mais la valorisation est actée à un niveau supra-ter-

ritorial, comme l'atteste la dénomination « Ardèche » utilisée pour identifier l'origine, ou les démarches départementales : « Goûtez l'Ardèche », « Vins de pays d'Ardèche », « Châtaigne d'Ardèche », « Framboise d'Ardèche », etc. Dans ce cas, les identités territoriales sont fortes, mais l'image du département est forgée par l'activité touristique qui est un produit d'appel beaucoup plus fort que l'agriculture. Cette notoriété dessert en quelque sorte la volonté de développer à terme une « Ardèche gastronomique ». Dans ce cas, ce sont les formes de gouvernance par le haut (modèle *top-down*) qui font surtout la différence avec le modèle du panier de biens proprement dit. La question est de savoir si un meilleur équilibre peut être trouvé avec des coordinations plus horizontales et territorialisées des acteurs privés.

#### *Le modèle d'assortiments juxtaposés : Chablais, Vercors, Grenoblois...*

Ce dernier modèle a des points communs avec le précédent. Là aussi, le potentiel de ressources en produits et services territorialisés est significatif et serait valorisable de façon conjointe si les acteurs publics et privés parvenaient à se coordonner. Mais alors qu'en Ardèche la réponse à cette défaillance vient d'en haut, dans les cas présentés ici il n'y a pas de synergie réelle entre acteurs. On y trouve pourtant toutes les ressources du panier, avec une complémentarité potentielle entre produits : en général au moins une AOC et d'autres produits du terroir, de nombreux services de qualité, marchands ou non, mais avec une coordination insuffisante, des conflits entre acteurs privés ou leur étanchéité avec les acteurs publics et donc des images du territoire qui restent floues. Les difficultés de cette gouvernance territoriale empêchent l'interaction entre les produits du panier et bloquent les stratégies de différenciation, comme dans le cas du Vercors. Les causes de cet « effet de dispersion » sont multiples. Dans le Chablais,

la prospérité des activités agricoles et touristiques et l'effet de la rente frontalière liée à la Suisse, décourageant la construction commune d'une offre de produits du territoire qui paraît contrarier les intérêts individuels de court terme. Dans les Monts du Pilat ou le Bugey, la prise de conscience d'atouts spécifiques est trop récente : l'offre est réelle mais aucun acteur n'a encore clairement formulé l'hypothèse d'une offre conjointe de produits, et encore moins d'un panier. Cette logique d'assortiment se retrouve aussi dans des zones plus proches de la ville, comme les Bauges ou la Charente qui tendent à développer une offre diversifiée et des circuits de distribution de proximité, ou encore le Trièves dont l'agriculture est diversifiée et marquée par une forte identité culturelle autour de la production biologique.

On observe enfin des assortiments de produits locaux dont l'offre est plutôt éclectique et réunie pour des raisons surtout commerciales, avec une faible référence au lieu d'origine. La demande porte sur des produits standards, mais en provenance de circuits courts. Cet effet fraîcheur sur des marchés de proximité permet aux producteurs de maintenir leur part de marché (surtout en fruits et légumes), mais pas de bénéficier de prix supérieurs et donc d'une rente, dans un contexte très concurrentiel marqué par une forte densité de GMS. L'organisation touristique locale est souvent peu développée, à l'exception notable des services de proximité comme les fermes auberges ou les goûters à la ferme. Enfin, si les acteurs privés se coordonnent parfois entre eux, ils ne le sont pas en général avec les acteurs publics qui sont multiples et hétérogènes. Tel est le cas du pôle urbain grenoblois.

Finalement, dans toutes ces régions, l'écart constaté entre les situations observées et le modèle du panier de biens proprement dit provient, pour l'essentiel, d'une image floue et diluée du territoire et des produits qui y sont attachés, d'une com-

plémentarité trop faible entre les produits et services disponibles, liée elle-même à des difficultés de coordination entre acteurs privés et de gouvernance commune avec les institutions locales, et d'une valorisation plus difficile de ces produits et services, sans émergence de RQT. Ceci est imputable soit à un contexte concurrentiel trop intense, soit à l'absence d'opérateurs de ressources comme le tourisme, soit aux deux. Pour cette raison on parle ici plutôt d'assortiments juxtaposés que d'un panier de biens.

## **2. Les conditions du panier de biens et de pérennisation du modèle**

La configuration du panier de biens est donc toujours fragile, toujours inachevée, toujours à poursuivre. Dans les Baronnies, on avait déjà constaté l'exclusion du panier de produits comme l'abricot « Oranger de Provence » ou l'agneau de pays abattu à Sisteron, dont la production reste générique et concurrentielle ; le développement territorial était spatialement déséquilibré et inégal entre l'Est et l'Ouest, avec des stratégies d'acteurs différentes. De plus, le passage de l'huile d'olive de Nyons en AOC, seule en 1994, à huit huiles d'olive AOC en 2007 montre que la concurrence revient toujours, peut donc infléchir leur prix et, à coût de production égal, stabiliser la RQT, donc fragiliser le panier, même s'il n'est pas vraiment remis en cause. Dans ce contexte, pour pérenniser le modèle du panier et de la RQT, les coordinations d'acteurs sont capitales à trois niveaux différents :

### *Une bonne coordination entre acteurs privés*

Le nombre de produits et de services qui composent le panier de biens et leur caractère conjoint dépend en premier lieu des acteurs privés. Ils ont intérêt à favoriser l'émergence de produits complémentaires de qualité et à veiller à ce que le panier soit représentatif du territoire d'origine, en

limitant au mieux l'exclusion de produits locaux de qualité. Cela impose notamment, lorsque se développent les signes officiels de qualité de nouveaux produits, que les acteurs privés s'accordent sur le périmètre d'origine et le niveau d'exigence des cahiers des charges, alors que c'est souvent une source de conflits entre eux. Leur engagement pour pérenniser la rente face à la concurrence doit être sans faille. Dans l'Aubrac par exemple, les coordinations entre acteurs privés sont très variables selon les secteurs.

Alors que la filière laitière est structurée autour de la coopérative Jeune Montagne soucieuse d'améliorer son cahier des charges et son image de marque (stratégie cohérente entre la coopérative et les producteurs fermiers), la filière couteau n'a pas réussi jusqu'à présent à se doter d'une interprofession, forte en mesure de contre-carrer les comportements opportunistes de certains producteurs ou commerçants fortement nuisibles à l'image de qualité du couteau. Il se pose aussi un problème de même nature pour la viande bovine, avec des frontières territoriales très différentes selon les types de productions.

#### *Des coordinations institutionnelles convergentes*

Il est logique et fréquent néanmoins que les acteurs privés aient des intérêts divergents et qu'il faille alors avoir recours à l'intervention publique. Celle-ci est souvent indispensable pour définir des échelles territoriales et sectorielles cohérentes pour les appellations d'origine ou les labels ou pour accroître la lisibilité de l'accès aux biens et services du territoire, en encourageant les foires et manifestations, ou encore les projets de parcs et les routes fléchées. Le projet de création d'un parc naturel régional (PNR) sur l'Aubrac répond à cette nécessité. Jusqu'à présent, les actions de développement étaient menées par trois structures intercommunales réparties sur les trois départements, bien que les enjeux

économiques et environnementaux leurs soient communs. Les politiques publiques des communes, syndicats, pays, voire départements, conditionnent aussi la qualité des biens publics et des ressources environnementales. Par ailleurs, dans le cas du Vercors, l'éclatement des territoires se répercute sur les modes de coordination entre acteurs économiques aux origines et aux centres d'intérêts très divers, ce qui nuit à la création de projets communs. Les acteurs institutionnels et les communes, qui dépendent de deux départements, ont du mal à inverser cette tendance et le PNR ne constitue pas un contre-poids suffisant, malgré ses initiatives. Enfin, les acteurs publics peuvent jouer de façon efficace sur les aides locales ou les subventions européennes, pour favoriser la mise en cohérence des actions des entreprises.

#### *Equilibre et cohérence entre action privée et action publique*

Toutes ces actions publiques ou privées doivent être coordonnées pour faire converger le panier de biens vers des objectifs de développement territorial durable. Cela suppose qu'il y ait peu de produits ou services qui restent isolés ou sans lien entre eux. Le plus important dans le panier de biens consiste finalement à faire reposer l'émergence de la RQT sur des stratégies solidaires des producteurs de produits différents, voire sur un collectif de producteurs privés. C'est typiquement le cas de la Maison de l'Aubrac dont la construction a été financée par le syndicat de l'Aubrac aveyronnais mais dont la gestion a été confiée à une SARL regroupant un ensemble de producteurs privés. Cette solidarité doit notamment porter sur l'organisation des services non marchands, et plus largement sur tout ce qui met en évidence les liens entre produits et territoires et qui valorise la RQT, bref sur l'existence d'un compromis institutionnel composite entre acteurs privés et acteurs publics.

## Conclusion

En définitive, cette confrontation interrégionale des différentes modalités observables de biens complexes territorialisés est fructueuse. Elle montre bien sûr la grande variété des profils d'assortiments entre des biens composites, mais aussi que, parmi ceux-ci, le modèle du panier de biens fait école et qu'il se construit dans différents endroits, à travers une grande diversité de solutions trouvées pour mobiliser les ressources territoriales disponibles dans le sens d'un développement territorial durable. Cela ouvre un débat sur la dynamique de ces modèles, sur l'adaptation des stratégies d'acteurs à la diversité des ressources locales et sur leur potentiel de développement territorial durable. Ce débat s'appuie sur trois niveaux d'arguments :

### *Les différents modèles de biens complexes observés*

Un de nos résultats est qu'il existe quatre modèles différents de biens complexes construits par les acteurs des territoires analysés, parmi lesquels le modèle du panier de biens proprement dit. Du côté de l'offre, la question est celle des intérêts plus ou moins convergents des producteurs pour une stratégie conjointe et cohérente de leurs produits ou services, pour le niveau de qualité et les profils de clients visés. Du côté de la demande, il faut connaître les différents centres d'intérêts des consommateurs pour les produits et services complémentaires et surtout la nature des territoires qui les portent et les ressources qu'ils peuvent valoriser. La diversité des réponses à ces questions et des modes de rencontre offre/demande est constitutive de la diversité des modèles qui sont observés. Les conséquences de cette diversité sont importantes, notamment pour la matérialité de la RQT dont l'existence est loin d'être toujours avérée. Il en résulte qu'il n'existe pas une frontière intangible entre le modèle du panier de

biens proprement dit et les autres formes d'assortiments, mais des distances plus ou moins grandes et des dynamiques plus ou moins favorables.

### *La coordination des acteurs*

L'observation montre que beaucoup de territoires ont des ressources de qualité susceptibles d'alimenter une production conjointe et complémentaire de produits et de services. Notre analyse fait par exemple apparaître de nombreux assortiments attractifs et des rentes partielles, temporaires, voire opportunistes, dans le cas du Vercors ou du Chablais. Mais parmi les facteurs de différenciation susceptibles d'avoir un impact positif sur le développement de ces territoires, le rôle le plus décisif dépend sans doute, à potentiel de ressources valorisables égal, de l'existence et de la qualité des coordinations d'acteurs privés et publics. On a observé notamment dans beaucoup de territoires, des difficultés récurrentes à délimiter un périmètre commun accepté à la fois par les acteurs privés et publics. Seule la force des coordinations entre acteurs, toujours évolutive, et la lisibilité de leurs intérêts communs, peuvent permettre de faire coïncider ces espaces d'action et enclencher une évolution positive vers le modèle du panier de biens.

### *La construction évolutive et la définition des territoires*

On a aussi mis le doigt sur des pesanteurs très fortes, nées d'une histoire longue jalonnée de cultures, patrimoines, savoir-faire et innovations, qui rythment et structurent la construction des processus de développement territorial. Ces processus recréent sans cesse de nouvelles identités et de nouvelles frontières, des modes spécifiques d'activation et de valorisation des ressources disponibles. En clair, le processus de territorialisation est une construction sociale jamais acquise ou spontanée, qui, selon ses origines et ses trajectoires, aboutit à des cohérences plus ou moins

fortes, à des niveaux différents de territorialité, voire à des espaces sans territoires. C'est donc l'ensemble de ce processus et son évolution qu'il faut considérer.

\*  
\* \*

En conclusion, au terme de ce tour des régions étudiées, le modèle du panier de biens apparaît bien comme un objectif de développement stimulant et accessible – mais aussi inachevé –, pour des territoires qui sont apparus, un temps, oubliés ou marginalisés. Cette bifurcation de l'histoire leur a donné une nouvelle chance, leurs ressources disponibles l'ont rendue accessible, leur patrimoine et leur culture leur ont permis de la saisir, les stratégies suivies par les acteurs publics et privés l'ont mise en œuvre et leurs résultats ont été dès lors plus favorables qu'ailleurs. Pour les régions qui veulent suivre la même voie, il n'y a pas

d'autres limites que celle des ressources déjà disponibles ou construites dans le temps. Il y a, par contre, une recette pour y parvenir, ce bilan nous le montre, et elle est accessible dès lors que les objectifs et le mode de gouvernance sont adaptés aux ressources disponibles. L'exemple des Baronies est loin d'être le seul, d'autres cas apparaissent et feront école. Cependant, pour que l'on puisse vraiment parler d'un modèle de développement territorial, il reste encore une question à résoudre et qui n'est pas traitée dans ce texte : celle de la répartition de la RQT entre les acteurs qui concourent à sa formation. En effet, la genèse de la RQT que nous avons cherché à mettre en évidence, constitue un processus de création de valeur qui ne préjuge en rien de sa répartition et de sa socialisation entre tous les acteurs, dans une logique de développement. Cette répartition dépend largement des acteurs eux-mêmes et doit faire l'objet d'une analyse à part entière. ■

---

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Angeon V., Vollet D. (2004). *Agricultural multifunctionality and quality products in a French territory (Aubrac), How permanent are the specification processes?* Porto, 44<sup>th</sup> ERS Congress, Aug. 25-29.
- Bessière J. (1999). Local development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, Vol 38, 1, p. 21-34.
- Brown G. (1993). Tourism and symbolic consumption. In Johnson P. and Thomas B. (Eds.), "Choice and demand of tourism", London, Mansell, p. 57-71.
- Combris P., Lecocq S., Visser M. (1997). Estimation of a hedonic price equation for Bordeaux wine: does quality matter? *The Economic Journal*, vol. 107, n° 441, p. 390-402.
- Delfosse C. (2007). *La France fromagère (1850-1990)*. Paris, La Boutique de l'Histoire Editions, Coll. Mondes ruraux contemporains, 271 p.
- Desaigues B., Point P. (1993). Economie du patrimoine naturel : la valorisation des bénéfices de protection de l'environnement. Paris, *Economica*, 317 p.
- Filser M. (1996). Vers une consommation plus affective ? *Revue Française de Gestion*, sept-oct, p. 90-99.
- Gouttebel J.-Y. (2001). Stratégies de développement territorial. Paris, *Economica*.
- Grivel L., François C. (1995). Une station de travail pour classer, cartographier et analyser l'information bibliographique dans une perspective de veille scientifique et technique. Presses Universitaires de Rennes, *Solaris* 2.



- Hirczak M. (2007). *La co-construction de la qualité agroalimentaire et environnementale dans les stratégies de développement territorial. Une analyse à partir des produits de la région Rhône-Alpes*. Thèse de doctorat en géographie, Université Joseph Fourier, UMR PACTE-Territoires, 339 p.
- Hirczak M., Mollard A. (2004). Qualité des produits agricoles et qualité de l'environnement : des espaces convergents ? L'exemple de Rhône-Alpes. *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 5, p. 845-868.
- Hirczak M., Mollard A. (2005). Différenciation par la qualité et le territoire versus coordination sectorielle : conflit ou compromis ? L'exemple de la Bresse. *Ruralia*, n° 16/17, Varia, p. 233-257.
- Jouve O. (1996). *Sampler technical documentation*. Centre de Sociologie de l'Innovation.
- Lacroix A.-J., Mollard A., Pecqueur B. (2000). Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut ? *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 4, p. 683-706.
- Lambin J.-J. (1993). *Le Marketing stratégique : Fondements, Méthodes et applications*. Paris, 2<sup>e</sup> éd., McGraw-Hill, Edisciences, 455 p.
- Lancaster K. (1991). *Modern Consumer Theory*. Edward Elgar Publishing Limited, 242 p.
- Moalla M. (2005). *La différenciation des produits et services touristiques par la qualité et le territoire : une application aux services touristiques et environnementaux territorialisés*. Grenoble, Thèse de Doctorat en Sciences économiques, Université Pierre Mendès-France, Inra/R&A, 273 p.
- Moalla M., Mollard A. (2007). Cognitions environnementales et rentes liées aux produits et services touristiques : l'exemple du tourisme rural dans les Baronnies. CD-Rom des actes du *XLIII<sup>e</sup> Colloque de l'ASRDLF*, Grenoble & Chambéry, 11-12-13 juillet, 14 p.
- Mollard A., Pecqueur B., Lacroix A.-J. (2001). A meeting between quality and territorialism: the rent theory reviewed in the context of territorial development, with reference to French examples. *International Journal of Sustainable Development*, Vol. 4, n° 4, p. 368-391.
- Mollard A. (2001). Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente. Paris, *Économie rurale*, n° 263, p.16-34.
- Mollard A., Rambonilaza M., Vollet D. (2006). Aménités environnementales et rente territoriale sur un marché de services différenciés : le cas du marché des gîtes ruraux labellisés en France. *Revue d'Économie Politique*, n° 2, p. 251-276.
- Pecqueur B. (2001). *Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés*. Paris, *Économie Rurale*, n° 261, p. 37-49.
- Pecqueur B., Roux E., Vollet D. (2006). Coordination d'acteurs et valorisation des ressources territoriales, les cas de l'Aubrac et des Baronnies. Paris, *Économie Rurale*, n° 293, p. 20-36.
- Tiebout C. (1956). A Pure Theory of Local Expenditures. *Review of Economics and Statistics*, n° 36, p. 387-389.