Au carrefour de l'économie et du culturel

La filière castanéicole corse comme marqueur de l'identité

At the crossroads between economics and culture: The Corsican chestnut business as a marker of identity

Philippe Pesteil

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesrurales/37>

DOI : 10.4000/etudesrurales.37

ISSN : 1777-537X

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2001

Pagination : 211-228

Référence électronique

Philippe Pesteil, « Au carrefour de l'économie et du culturel », *Études rurales* [En ligne], 157-158 | 2001, mis en ligne le 13 décembre 2016, consulté le 12 février 2020. URL : <http://journals.openedition.org/etudesrurales/37> ; DOI : 10.4000/etudesrurales.37

Ce document a été généré automatiquement le 12 février 2020.

© Tous droits réservés

Au carrefour de l'économie et du culturel

La filière castanéicole corse comme marqueur de l'identité

At the crossroads between economics and culture: The Corsican chestnut business as a marker of identity

Philippe Pesteil

- 1 AU MOMENT OÙ SE DÉVELOPPENT de nombreuses tentatives destinées à mettre en valeur et à protéger des productions locales, qui reçoivent ainsi l'appellation « terroir » ou « pays », une réflexion originale progresse en Corse. Elle consiste non plus à cibler une denrée unique, en qualité de fleuron de l'art gastronomique, mais à étendre à toute une gamme de produits une politique concertée de valorisation. Les aliments retenus pourraient constituer le fer de lance d'une nouvelle conception de l'économie agricole dont le mot d'ordre serait l'identité. Nous proposerons, comme point de départ de la réflexion concernant la valorisation des produits identitaires et son cadre plus large, « l'économie identitaire », l'idée que, loin d'être une démarche trouvant son ancrage dans le passé, elle se situe dans une problématique essentiellement moderne ou, plus exactement, postmoderne. Selon une vision peut-être réductrice de l'économie libérale dominante, le principe positiviste voudrait que les diversités culturelles aillent en régressant au profit d'un modèle uniformisant et hégémonique. La dénonciation de celui-ci et de ses effets destructeurs sur les sociétés s'appuie sur la volonté de préserver les patrimoines, les identités et, en définitive, sur des options phénoménologiques non affirmées.
- 2 En quoi peut-on qualifier de postmodernes les tentatives actuelles pour dégager des bases théoriques et des mises en œuvre pratiques ayant trait à la production locale ? Pour justifier cette perspective il convient de rappeler le contexte d'émergence de l'économie identitaire ainsi que ses évolutions.

Économie et identité locale

- 3 Malgré les différents plans de développement de l'île mis en chantier dès les années cinquante pour amorcer un démarrage sur des bases touristiques et agricoles, de nombreux observateurs relèvent une absence d'économie au sens d'une trame cohérente et diversifiée. La critique la plus radicale en la matière sera portée par le mouvement nationaliste vers les années soixante-dix. La distance prise vis-à-vis de ce bilan ne relève pas uniquement de considérations d'ordre économique ; elle emploie également un registre culturel et social pour constater une évolution jugée dangereuse. La faillite du monde agricole n'est pas réductible à un problème comptable ou technique mais équivaut à la remise en cause de l'identité agropastorale de l'île. Depuis le recensement de 1962, le nombre d'agriculteurs exploitants a chuté de 60 % et ne représente plus que 4,4 % de la population active. Outre le fait qu'elle soit perçue comme une perte de maîtrise réelle sur le territoire, cette évolution est interprétée comme une érosion irrémédiable du substrat culturel. La prégnance de l'économie domestique sur le territoire et l'organisation sociale représentent pour les contemporains, majoritairement urbains et salariés, un ancrage mémorial et identitaire puissant. L'attachement des individus au village souche, à la maison familiale et à la langue est une des expressions multiformes d'une reconnaissance partagée : celle d'un modèle symbolique opératoire dans lequel chacun, et la communauté, puise son énergie et sa stabilité. Les activités pastorales et agricoles se retrouvent ainsi surinvesties sentimentalement de façon inversement proportionnelle, si l'on peut dire, à leur réalité statistique. L'option tout tourisme et la monoactivité agricole, privilégiant les exploitations de plaine, seront l'objet d'un discrédit relayé par le monde politique. Le consensus réunissant des acteurs répartis sur l'éventail des sensibilités sera fort, du moins dans le discours, pour refuser la substitution d'une économie à une autre identitairement parlante.
- 4 Il ne faudrait pourtant pas croire que l'influence extérieure est absente des nouveaux infléchissements. L'éloge de la différence, la particularité, le local, la redécouverte du passé, la valorisation de ressources naturelles, l'agriculture biologique sont autant de thèmes abondamment traités par les médias qui leur prêtent valeur de phénomènes de société. Ils ne sont pas une émergence spécifiquement corse même si le discours identitaire y cherche aujourd'hui un second souffle en déployant diverses thématiques sur un registre insulaire. Ainsi peut-on retrouver, par-delà les mots propres à chaque terrain, un phénomène marqué par ce que certains anthropologues appellent le postmodernisme.
- 5 L'affirmation identitaire en tant qu'expression de la différence avec l'Autre envahit l'ensemble du champ et se réalise par la quête du critère distinctif. La nouveauté des développements actuels est que l'on assiste à une culturalisation du phénomène économique afin d'infléchir les déterminismes du marché grâce à l'idéologie de la valeur locale. La production peut aussi signifier reprise en main de son destin si, par l'acte d'achat, le producteur et le consommateur se retrouvent liés quant à la reconnaissance d'un fond culturel partagé. On conçoit bien que cette connexion ne peut s'opérer sans qu'un travail préalable ne soit accompli ; la possibilité d'articulation est à chercher dans vingt années de luttes culturelles dont les effets ont débordé un cadre strictement politique. Cela permet de redéfinir l'économie par le détour du culturel, le réceptacle commun aux valeurs d'une société.

- 6 Le débat marque une étape importante si on le situe dans le contexte des œuvres littéraires, artistiques, relatives à « l'âme » insulaire, qui ont vu le jour à partir des années soixante-dix. Que les productions agricoles et l'alimentaire soient gagnés par le discours, qu'ils deviennent des enjeux primordiaux du développement futur au même titre que des biens non évaluables comme la langue est un phénomène digne d'intérêt. Il ne s'agit pas d'une découverte, d'un oubli que l'on tente de réparer après des années consacrées à des attributs plus « nobles » de l'identité, mais d'un débat qui vient en son temps proposer une réponse locale à des questions contemporaines, faisant fructifier les acquis. Gagner l'économie à la cause identitaire, non pas en luttant de front contre les lois du marché libéral, non pas en se repliant sur soi et en pratiquant un refus ascétique et farouche de l'ouverture des frontières, mais en acceptant une gestion de ses ressources réinterprétées en termes d'atouts, peut caractériser un nouveau rapport au présent. Cette mise en interaction de l'économie et du culturel se fonde explicitement sur la théorie économique du bien-être. Celle-ci considère qu'il ne peut y avoir participation d'une population aux activités de production que dans le cadre d'une prise en compte identitaire et, si besoin est, d'une revalorisation culturelle¹. Si les possibilités productives ainsi que les capacités sociales d'une région constituent la base classique des évaluations économiques, il convient d'y ajouter la culture locale comme contrainte à respecter.
- 7 Le processus fait ainsi coïncider la valorisation du local, la connaissance et la reconnaissance de soi et de ses actions (sous forme de production) avec le global dont on perçoit les doutes (postmodernistes) comme une chance à saisir. Le goût de l'authenticité, de la typicité, la vogue des produits et des saveurs méditerranéens constituent un créneau porteur pour une démarche certes locale et localisatrice mais dont il est important de retenir l'apparition dans un contexte plus général.
- 8 Essayons de dégager le contenu des différents discours qui peuvent se développer en guise d'explication du bien-fondé d'une économie identitaire.

Amorce d'une analyse de contenu

- 9 Notre corpus est constitué des comptes rendus de séminaires du Conseil économique social et culturel (CESC). Cette institution apparue lors de la dotation, par la loi du 5 juillet 1972, d'une existence juridique aux régions, bénéficie depuis 1992 d'un mode d'intervention élargi. Sa consultation est obligatoire lors de la préparation des contrats de plan, de tout document de planification, des schémas directeurs régionaux². L'institution corse présente quelques particularités : le terme « culturel » a été ajouté à l'appellation « économique et social ». Organe consultatif, il assiste le Conseil exécutif et l'Assemblée de Corse, deux des principales composantes de la collectivité territoriale. Il comprend 51 membres répartis en deux sections : une section économique et sociale, une section de la culture, de l'éducation et du cadre de vie. Outre les domaines où sa consultation est obligatoire³, il peut être saisi pour toute question relevant de sa compétence, et émettre des avis de sa propre initiative sur les problèmes relatifs à l'avenir culturel, à l'éducation, au cadre de vie. De 1993 à 1995, cinq cahiers seront publiés, qui retracent les interventions et débats portant sur le thème de l'économie identitaire⁴. À l'heure actuelle, ces séminaires demeurent la tentative la plus aboutie destinée à élaborer une démarche commune autour des orientations retenues. En introduction aux comptes rendus de séance, le président du CESC trace un historique

de l'initiative ; celle-ci revient à un groupe de travail réuni pour la première fois en février 1992 et signataire d'un texte d'intention :

Pauvre parmi les riches, riche parmi les pauvres, la Corse doit [...] se forger pour l'avenir une identité de partage. Son honneur est de prétendre à expérimenter ce rôle dans le monde d'aujourd'hui. Son défi est de lui donner un contenu réel et de créer, sur la quadruple base de sa géographie, de son histoire, de sa culture, de son peuple, une économie identitaire⁵.

- 10 Face à cette proposition, le plan de développement de la Corse, voté par l'assemblée territoriale en septembre 1993, adoptera en guise de réponse une position plus circonspecte quant aux résultats espérés :

Une voie de recherche est souvent avancée ; le caractère fortement identitaire du corps social corse devrait être utilisé, affirme-t-on, comme support même d'un projet ou modèle de développement. Même si l'on perçoit l'idée qui est illustrée par cette expression – valorisation des produits et ressources locales, promotion prioritaire des insulaires, préservation du type de relations qu'ils ont instaurées entre eux, diffusion de la culture traditionnelle, protection d'un patrimoine naturel remarquable –, peut-on fonder uniquement sur l'identité le progrès économique et social ? [...] qualitativement, l'identité peut être source d'emplois. Quantitativement, elle sera insuffisante⁶.

- 11 Les arguments destinés à restituer les enjeux dans leur intégralité seront de deux ordres :

- 12 • La Corse n'est pas la seule à jouer cette carte de la valorisation identitaire.
13 • Située dans une économie de marché, la concurrence apparaît comme un impératif ; l'identitaire est-il susceptible de répondre aux questions posées ?

Ainsi la notion de développement identitaire semble-t-elle opportune et riche d'enseignements pourvu que les règles de l'économie libérale (avec bien des amendements il est vrai) soient respectées et que soient admises l'ouverture et la compétition⁷.

- 14 En réponse à ce rappel touchant le fond aussi bien que la méthode, le CESC émettra, au cours du même mois, un avis destiné à présenter de façon plus explicite sa conception :

Il souhaite que le caractère identitaire soit clairement affirmé comme fondement du modèle de développement qui serait alors à la fois endogène, donc valorisateur de l'ensemble des ressources naturelles humaines, et ouvert, donc apte à accueillir, à évoluer. Une telle définition lèverait toute hypothèque sur la notion d'identité et, notamment, sur la connotation d'exclusivité, voire d'exclusion, que l'on pourrait être tenté de lui attribuer⁸.

- 15 Cette attention à concilier ancrage et ouverture semble faire l'objet d'un fort consensus tant parmi les membres du CESC que pour les politiques de l'Assemblée de Corse. La volonté de dissiper dès le départ les ambiguïtés ou les aspects jugés hasardeux de la notion d'identité se retrouvera dans le balancement rhétorique des interventions qui composent les différents cahiers publiés aux soins du Conseil. Les séminaires de travail échelonnés sur cinq séances verront l'intervention d'environ 90 personnes dont 26 appartiennent au CESC. Rappelons que cet organe se compose de membres représentant les entreprises, les activités professionnelles non salariées, les syndicats de salariés, les associations investies dans la vie culturelle régionale, le secteur éducatif, les structures travaillant sur l'environnement et le cadre de vie, et de deux personnalités qualifiées.

- 16 Outre les membres du Conseil, les prises de parole (lors d'allocutions ou de débats) émanent entre autres de 17 enseignants-chercheurs (14 de l'Université de Corse,

3 d'autres universités continentales ou étrangères), 3 chercheurs de l'INRA, 4 enseignants du secondaire, 2 lycéens et 2 étudiants. Il est intéressant de noter que le monde agricole n'est représenté que par 4 personnalités, alors qu'il est concerné au premier chef.

- 17 Le projet étant de réconcilier les Corses avec eux-mêmes et de ne pas tomber dans l'autocritique dite « autoflagellation », travers souvent dénoncé dans les « bilans et perspectives », les différentes interventions concourent à une valorisation de soi. Deux procédés sont utilisés : l'un consiste à poser certaines antithèses, l'autre à les refuser. La Corse est présentée dans une polarité positive par une série d'axes : « qualité/quantité », « identité/uniformisation », « présence/absence »⁹. Le chemin à parcourir est de reconnaître cet état de fait.
- 18 La valorisation de soi, c'est-à-dire de ses ressources propres enfin reconnues, passe essentiellement par un travail créateur du consensus destiné à se reconnaître autour des valeurs sublimées de la société corse : « communauté », « réconciliation », « solidarité », « biens communs ». Cette dynamique passe également par la négation des butoirs traditionnellement placés sur la route du discours identitaire et consistant à disjoindre le local du global, le culturel de l'économique. L'identité n'est pas synonyme d'« exclusion », ni antinomique du « développement » ; elle demande un « travail de gestion », équivaut à une « ouverture sur le monde » ; le « spécifique » ne va pas à l'encontre de la « modernité »...
- 19 Le positionnement idéologique des opposés, la réfutation des argumentaires classiques demandent, pour réaliser une dynamique, de proposer des rapprochements innovants entre termes dont il faut redécouvrir la valeur sympathique. Le discours opère une sorte de conjonction terminologique, soit en se dotant d'un lexique de vocables réunissant des valeurs, soit en accolant des mots permettant un brassage de registres : « complexité », « coexistence », « rencontre », « synthèse » ; « démocratie culturelle », « santé morale », « technologie culturelle »... Cette quête participe de ce qu'on peut appeler la culture de l'interface qui joint des extrêmes ou se situe volontairement à la frontière entre deux concepts.
- 20 Cette volonté de confluence est conscientisée de même que la difficulté de mener à bien les choses : des vocables flous et du doute qui peut suivre le mélange de signifiés (« patrimoine flou », « relation d'incertitude », « mélange désordonné », « crise »...) il convient de reprendre l'initiative sur des bases de réflexion renouvelées. Ainsi, forte d'un renversement des optiques de recherche et enrichie de connexions porteuses, une démarche novatrice peut s'installer. Connaissance et action sont directement sollicitées comme outils de mise en œuvre de l'économie identitaire : « inventaire », « inventer », « expliciter » ; « participation consciente », « réaliser », « adopter », « resituer », « ouvrir au monde », « choix », « mise en valeur »... La voie est tracée afin d'opérer un basculement des rôles distribués a priori par le déterminisme du non-développement : la connaissance de ses richesses permet le passage à l'acte dans un domaine économique nourri de données culturelles. La force de l'initiative est d'ailleurs ponctuée par un registre explicitement guerrier : « conquérir », « reconquérir », « mobiliser », « affronter », « conflit », « explosif »... Ainsi le travail de déculpabilisation consistant à reconnaître que la Corse n'est pas indigne de développement doit mener prioritairement à l'appropriation d'un discours économique et d'une volonté de s'inscrire dans les échanges marchands en s'insérant avec ses propres ressources dans le contexte contemporain. Les termes employés se greffent naturellement sur le lexique

de l'action et de la prise en charge du développement : « accès au marché », « libre entreprise », « valeur ajoutée », « dynamisme économique », « gagner des marchés », « profit », « support de promotion »...

- 21 Ce qui particularise le discours est qu'il se situe non pas dans une reprise tardive d'un discours dominant, mais qu'il s'appuie sur un support élaboré à partir d'une « éthique » économique mais aussi politique et sociale : « harmonie », « équilibre », « échange », « coopération », « négociation », « participation », « égalitaire », « partage », « solidarité », « partenariat »... Il s'agit bien d'un projet de société, tendant à décroquer des domaines selon la revendication identitaire reconnue comme consensuelle et débarrassée de ses clivages. La tentative vise à opérer une réconciliation entre la réalité extérieure et la réalité intérieure. La première est d'ordre économique et paraît agressive, dominatrice. Il convient donc de se la réapproprier en définissant le rôle que l'on peut y jouer en fonction des opportunités et des atouts internes. La seconde est d'ordre culturel et appartient à la sphère du désir.
- 22 Le terme de « désir identitaire » avancé dans les débats est capital. En effet, c'est par la prise en compte de cette autre réalité intérieure, assumée, ne refusant plus le contexte économique, que l'on cherche à concilier la commercialisation avec le psychisme. Considérés comme incontournables, ces deux pôles ne doivent jamais être perdus de vue au cours des grandes orientations de la politique économique. Le clivage est ainsi dénié ; la pacification des rapports entre l'identité et l'économie doit augurer d'un avenir riche en initiatives. On conçoit aisément que l'écoute du désir émanant de « l'être corse » constitue la pierre angulaire de l'élaboration fondatrice d'une nouvelle dynamique destinée à faire communiquer différentes réalités, économiques et culturelles. L'être reconnu dans la plénitude de ses attributs, connaissant et actif, concilie de façon systémique des champs que l'*homo economicus* avait dissociés. Le recours aux doubles terminologies ou au lexique de la conjonction n'est donc pas dû au hasard mais recherche logiquement la réduction du clivage.
- 23 On peut alors parler d'une véritable économie de l'intention portée par les acteurs sociaux qui, par une fierté retrouvée, la conscience de participer à une reprise de la parole et de l'action (soit par l'acte de production, soit par celui de consommation), s'engagent dans une entreprise collective et innovatrice. Ce processus s'érige manifestement contre une conception de l'individu créateur et producteur, dérivée de l'idéologie mercantiliste. L'absence de référence au groupe d'appartenance du producteur est combattue par la restitution affirmée d'un caractère à la fois collectif et localisé des intérêts. L'appel à une dimension psychologique du fait économique confirme les aspects postmodernistes de la démarche. Provoquer des émotions devient un autre rôle du producteur par l'intermédiaire de l'objet identitaire. Consommer n'est plus un acte idiosyncrasique ou, à l'inverse, totalement déterminé par le global, mais un acte conscient mu par une dynamique communautaire, une célébration des goûts partagés par le local. Il est intéressant de noter que cette forme de néoromantisme est conforme aux analyses de Z. Bauman [1992] qui tient la conduite consummatrice pour le nouveau moteur des mutations socioéconomiques.
- 24 Le maillage des interventions, alternant les références techniques et les déclarations plus lyriques, les débats mêlant les paroles les plus diverses ainsi que l'utilisation mesurée de la langue corse attestent d'un contexte dont on ne saurait nier ni la volonté de brasser les idées et les acteurs sociaux, ni le souci de produire un trouble particulier parmi les auditeurs et les lecteurs. Cette impression de plénitude, née du fond et de la

forme même des rencontres, ne se démentira pas jusque sur les aspects les plus spécialisés. Trois séminaires porteront respectivement sur les emplois, les services publics, les systèmes financiers. En conclusion du dernier, le président du CESC notera avec satisfaction :

Qu'il n'y ait pas incompatibilité entre le concept d'économie identitaire et les systèmes financiers permet d'envisager l'avenir de la réflexion avec plus de clarté¹⁰.

- 25 Pour clore la séance, un des vice-présidents rappellera l'attention constante à mettre l'économie au service du peuple et illustrera ses propos par la brève narration d'un conte en langue corse¹¹. Partant des fondamentaux culturels, le discours peut bien aborder les méandres techniques et rébarbatifs, a priori dangereux pour les identités, avant de refermer la boucle par un retour aux bases. Les tensions engendrées par un détour risqué et polémique sur les thèmes sensibles du développement et de son financement (dans une région où la fréquence de leur mention pourrait faire douter de leur réalité) trouvent une voie sublimée dans des objets plus directement investis et valorisés, comme la langue, la tradition orale, la culture populaire. Ces références sont les meilleures garantes du consensus.
- 26 À l'échelle de la Corse, la méthode emprunte deux directions importantes :
 - d'une part, elle combat la fragilisation du lien social intérieur, à présent patent, par un traitement culturel destiné à réduire l'angoisse ;
 - d'autre part, elle profite de ce que l'échange inégal au sein du monde occidental a favorisé la préservation des disparités régionales et leur accentuation pour mettre en valeur des objets et des signes ayant acquis un pouvoir cathartique. Cette opération permet de récuser l'éphémère et la mode. Le non-durable, ce qui est le cas de l'aliment, peut être chargé de sens s'il est présenté comme référent d'une tradition ancienne. On peut considérer que la Corse cherche à s'insérer dans la nouvelle économie du signe.
- 27 Loin de provoquer un effet d'apaisement, le produit identitaire risque de devenir anxiogène par le chantage qu'il met en place : « Qui n'en mange pas, n'est pas corse. » L'acte d'achat qui constitue le consommateur reste en partie déterminé par la réalité du budget des foyers. Le discours sur le prix de l'alimentaire, longtemps tabou et couvert par des pratiques affirmées de recherche du produit authentique, cède le pas, dans des catégories de plus en plus larges, devant une dénonciation de la cherté des produits insulaires. Si l'augmentation des prix est reconnue comme la seule mesure capable de défendre un savoir-faire et de maintenir une population de producteurs dans des zones désertifiées, il faut admettre qu'une tension entre catégories sociales, mais aussi entre producteurs et consommateurs, puisse voir le jour et qu'elle ne saura être réduite à partir du seul champ identitaire.
- 28 On peut s'interroger sur le sens et l'avenir des objets qualifiés d'identitaires et censés combler un désir. On sait que le désir ne peut être réglé par la seule satisfaction du besoin. À trop vouloir donner une image concrète à l'identité en la rendant consommable, on entre en contradiction avec la notion même de désir. La nourriture participe de la satisfaction du besoin ; la recherche identitaire serait plutôt de l'ordre de la demande ; quant au désir, irréductible à ces deux notions selon Lacan [1957-1958], il appartient à la sphère du fantasme et à l'exigence de reconnaissance.
- 29 Afin de mieux saisir la réalité du discours touchant à l'économie identitaire, il nous a semblé opportun de procéder à l'analyse d'un produit défini. Les exemples ne manquaient pas puisque, outre les productions « particulières », c'est-à-dire qui « appartiennent en propre » à la Corse, on assiste à l'élargissement de la catégorie à des

produits ne pouvant prétendre à l'exclusivité : l'huile d'olive, la charcuterie, le miel, la bière... Bien sûr, les techniques d'élevage, de fabrication, de finition, les nombreuses espèces et variétés, l'intégration divergente des mutations autorisent chaque région en concurrence à proposer un aliment nécessairement typé, qui entendra faire reconnaître son originalité au sein de la gamme des denrées semblables mais néanmoins différentes. Parmi les éléments marqués par une forte spécificité, fleurons de l'identité agricole et des préparations culinaires corses, nous avons retenu la châtaigne¹².

La filière castanéicole

- 30 Plus qu'une simple production agricole, la châtaigne se double d'une importante charge affective liée à la vie des communautés agropastorales corses. Présent plus ou moins largement dans toutes les microrégions, le châtaignier a été qualifié d'« arbre à pain ». On emploie l'expression de « civilisation du châtaignier » pour désigner la société corse traditionnelle, bien que les surfaces entretenues aujourd'hui soient sans commune mesure avec l'ancien couvert castanéicole. Selon les statistiques agricoles, seuls 1 000 hectares environ sont en production sur les 31 000 encore répertoriés¹³. Cette surface produit 1 600 tonnes de fruits, ce qui constitue malgré tout 23 % de la part nationale¹⁴. Bien que la châtaigne ne représente plus qu'une proportion marginale de l'alimentation des insulaires¹⁵, l'arbre demeure très présent, tant dans le biotope que dans l'affection des populations.

Évolutions et enjeux d'une activité

- 31 Les espoirs et tentatives de réhabilitation des fruitiers ont déjà incité à plusieurs reprises institutions agricoles et producteurs à élaborer des campagnes de remise en valeur, d'aide et de groupement. Les échecs répétés des initiatives précédentes ont rendu le milieu castanéicole très circonspect quant aux possibilités de développement de cette activité et d'organisation de la profession.
- 32 Malgré cela, une dynamique récente semble vouloir porter plus loin les promesses que l'on s'accorde à reconnaître à la gamme des produits et dérivés de la castanéculture : vente des fruits frais, marrons glacés, biscuiterie, farine de châtaigne, crème de marron, confiture... À partir des savoir-faire traditionnels s'élabore une politique de diversification et d'acquisition de techniques nouvelles afin de permettre une évolution de la filière.
- 33 Un groupement rassemblant les producteurs de farine de châtaigne de Haute-Corse et de Corse du Sud¹⁶ a vu le jour et cherche à initier une politique cohérente et concertée relative à la production et à la commercialisation du produit. Au moyen de financement et d'aide technique les chambres et les offices départementaux de l'agriculture ont permis la rénovation des châtaigneraies et l'introduction de changements techniques : ramassage aux filets, séchage mécanique, mise sous vide de la farine, bac de trempage pour la vente du fruit frais... Cette politique a été préconisée et favorisée par le plan de développement de la Corse voté en septembre 1993. Parmi les productions à forte valeur ajoutée de caractère patrimonial ou identitaire, la châtaigneraie fait l'objet de mesures particulières :

Le Plan de développement fait de la relance de cette culture un objectif d'intérêt régional, à la fois par régénération de certaines portions du verger existant (taille...) et par replantation des parcelles particulièrement favorables (travail mécanique...). On veillera à ce que cette démarche soit parfaitement cohérente (investissement, formation, transformation, commercialisation), les aides publiques étant fixées à un niveau réellement incitatif. L'aide à la régénération est proposée à 50 000 F/ha et concernerait les surfaces de l'ordre de 25 000 ha à traiter sur vingt ans.

- 34 De ces incontestables avancées, si l'on se réfère aux années 1970-1980 où la production avait acquis une valeur résiduelle, il convient de remarquer la persistance de redondances comportementales et organisationnelles et l'apparition de nouveaux défis à relever.
- 35 Les phénomènes récurrents de concurrence Nord/Sud, grand classique des lignes de partage à partir desquelles s'organisent les positionnements de groupes au niveau régional, n'ont pas disparu. L'appellation « ceux du Sud » ou « ceux du Nord », dans la bouche des castanéiculteurs, peut suffire à désigner des opposants, à donner à décrypter des attitudes et à prévoir des tactiques. Les appels réitérés à dépasser ces clivages d'un autre âge disent assez leur prégnance réelle sur les esprits. La territorialisation des exploitants demeure donc un élément parlant pour déterminer leur vote lors des élections à la présidence de l'association. Le partenariat des chambres d'agriculture et des offices (ODARC)¹⁷, parties prenantes dans les opérations de réhabilitation ou d'attribution de subventions, tourne fréquemment à la concurrence et contribue à augmenter la complexité administrative des démarches. Ces organismes eux-mêmes ne sont d'ailleurs pas à l'abri des tensions et compétitions Nord/Sud. À la supériorité du verger « nordiste » en termes de surface (600 ha contre 350) répondent les réussites plus spectaculaires des « sudistes » quant à la politique de rénovation et de relance du produit. La première foire à la châtaigne s'est ouverte en 1982 sous la houlette de la Chambre d'agriculture de Corse du Sud et connaît depuis un succès qui ne se dément pas. Une AOC a été décernée à une variété de châtaigne regroupant trois villages du canton d'Évisa en Corse du Sud.
- 36 L'examen des rapports avec l'environnement social laisse apparaître d'autres difficultés. La tentation de ne recourir au Groupement que pour obtenir du matériel de la part d'exploitants ne désirant pas s'impliquer dans l'expérience associative est ressentie comme un danger. La mise en place de critères de fiabilité permet parfois d'écarter les opportunistes et de ne retenir que les producteurs pouvant justifier d'une réelle continuité dans les options. Le développement d'un discours sur la châtaigne, tant à un niveau strictement nutritionnel que sur un plan plus généralement patrimonial, a eu des conséquences certes inattendues pour les professionnels mais parfaitement logiques eu égard au contexte social. En qualité de ramasseurs ou de producteurs, de nombreuses personnes ont vu, dans la relance commerciale (supposée) et l'amélioration des techniques, l'occasion de compléter un ordinaire jugé trop ascétique. L'accès aux moyens étant contrôlé par le Groupement castanéicole aidé des chambres agricoles, le passage par l'association est devenu nécessaire. Il ne peut pourtant stopper le va-et-vient des « étoiles filantes » de la production.
- 37 L'amélioration des conditions de ramassage, de transformation, voire de commercialisation, est un espoir qui suscite des vocations tardives (retraités hors agriculture), renaissantes (retraités agricoles), quand elles ne drainent pas un public nouveau (néo-ruraux ou néo-urbains). Toutefois les entrées financières réelles se révèlent fréquemment inférieures à celles escomptées. Tablant sur des données idéales

en termes de rendement à l'hectare³⁸, ignorant les mauvaises années ou les aléas météorologiques ainsi que la question de la conservation problématique du fruit cueilli, passant outre la différenciation entre espèces, le nouveau récoltant est confronté à des problèmes qu'il n'avait pas envisagés. Le *turn-over* des producteurs éphémères et la variation des quantités produites (la révision à la baisse venant en réponse à une commercialisation difficile) fragilisent un marché et une profession en situation de renouvellement.

- 38 La lutte contre la fraude relative aux productions étrangères vendues sous l'appellation « corse » constitue le cheval de bataille du Groupement. Une opération « musclée » réalisée par plusieurs producteurs avec des moyens limités des institutions de contrôle (particulièrement la répression des fraudes) a eu pour cadre le port de commerce de Bastia où un chargement de farine italienne importée par un castanéiculteur corse a été détruit de façon spectaculaire sur les quais. La technique du mélange de farine, pratiquée de longue date et régulièrement dénoncée, permet à l'agriculteur peu scrupuleux de réaliser d'importants bénéfices étant donné l'écart au prix de vente entre les farines corses et péninsulaires³⁹.
- 39 Afin de limiter et de faire régresser de semblables agissements, le Groupement castanéicole cherche à développer une politique de labellisation. Pour de nombreux produits à forte valeur identitaire, cette étape consacre une véritable reconnaissance d'un savoir-faire lié au terroir. Le miel corse et le *brocciu* ont déjà bénéficié du cadre protecteur et valorisant de l'AOC. On ne peut cependant passer sous silence la question de la définition des critères qui seront retenus pour remplir le cahier des charges. S'ils sont trop sévères, ils vont exclure les producteurs les moins regardants sur la qualité : ce sont souvent ceux qui ont fait le choix de la quantité, c'est-à-dire qui ont acquis une prépondérance sur le marché et une certaine influence dans la profession. Il est par conséquent délicat de les écarter. Trop d'indulgence ferait perdre toute utilité et donc crédibilité à la démarche et aux farines retenues. Le risque est grand pour contenter tout le monde de ne pas réussir à endiguer les pratiques frauduleuses (mélanges) ou dépréciatives (farine réalisée à partir de fruits non triés, peu savoureux ; farine sommairement moulue).
- 40 L'avenir de la filière castanéicole dépend directement de la capacité des professionnels à appréhender l'évolution du marché extérieur, non seulement par rapport à la demande mais surtout en évaluant la transformation de l'offre. Rénover l'image des produits castanéicoles et être partie prenante dans le marché européen peut s'avérer insuffisant alors que se renforce la concurrence déjà existante (Italie) et que l'on peut s'attendre très prochainement à l'apparition d'une concurrence continentale (Cévennes) ou internationale (Japon). Grâce aux échanges dans le cadre de voyages d'études et d'invitations d'experts pour des démonstrations, les producteurs corses ont pu acquérir un nouveau savoir-faire concernant le marron glacé (inconnu dans la tradition et largement dominé par l'Italie) ; en contrepartie les techniques de transformation du fruit frais en farine ont été transférées dans d'autres régions. L'île renouerait avec un destin déjà connu de ses productions agricoles : faire œuvre de pionnière pour être rapidement concurrencée et finalement évincée du marché. Les exemples du cédrat [Pesteil 1986], des clémentines et des kiwis incitent à la prudence, même si le discours identitaire qui se met en place prétend justement contrecarrer un tel scénario. Il apparaît que l'avenir est du côté de la diversification des produits proposés aux consommateurs et à l'exportation. Le marché de la farine demeure stable

sur l'île et on ne peut raisonnablement miser sur une croissance continue. De la vente en frais à la transformation en biscuiterie et pâtisserie, confiture, pâtes fraîches, confiée prioritairement aux professionnels de l'alimentaire, la gamme se diversifie.

Une dimension sociale sous-évaluée

- 41 Le premier regard porté sur la façon d'aborder les produits identitaires nous amène à considérer la faible prise en compte des aspects proprement sociaux de l'activité productive. Si la dimension économique est posée et commentée, si la culture est considérée comme le terreau de tout développement possible, la question de la mise en œuvre pratique par les acteurs apparaît largement sous-évaluée. Il convient de rappeler des paramètres relatifs aux stratégies et comportements des hommes, non réductibles à des motivations culturelles. Nous examinerons dans quelle mesure trois des principaux intervenants de la nouvelle démarche économique risquent de se trouver exclus en cas d'analyse purement supputative, à savoir les producteurs, les intermédiaires revendeurs, le consommateur enfin.
- 42 Même si les produits sont identifiés et qu'une politique de mise en valeur est instaurée, le producteur reste le principal acteur. Les stratégies de celui-ci en tant qu'individu et membre d'une fraction du monde agricole permettront seules de concrétiser les initiatives des politiques et les débats d'experts. Or, le monde agricole corse a aussi son histoire. Les tentatives actuelles, fussent-elles portées par un discours identitaire, ne peuvent faire oublier entièrement les échecs des politiques antérieures, les réticences qui s'ensuivirent pour les principaux protagonistes, les conflits à l'intérieur des groupements professionnels, les diverses luttes d'influence qui se jouent encore au sein des organismes agricoles et de l'ensemble du monde syndical. De même, l'immense couvert arboricole n'est plus le verger régulièrement entretenu et protégé de la divagation, qui fut celui des communautés rurales du XVIII^e siècle.
- 43 La sous-exploitation de ces espaces ne les a pas exclus de la production agropastorale. C'est indirectement que s'opère la valorisation du produit grâce à l'élevage porcin extensif. Les nouvelles pratiques ont tiré profit de la dérive des techniques de vaine pâture traditionnelle et de la régression, pour ne pas dire la disparition, dans certaines zones de montagne, des productions agricoles. La cohabitation sur les mêmes terres de fruits à récolter et de troupeaux en liberté constitua longtemps la pierre angulaire de l'organisation du territoire productif des communautés rurales insulaires. Gouvernées par la rythmicité alternée des espaces clos et ouverts, les sols étaient soumis à un rigoureux contrôle juridique de la part des groupes villageois²⁰. Les tensions et rapports de force entre agriculteurs et bergers alimentent le ressort judiciaire en matière civile et parfois criminelle. L'effondrement des communautés rurales et de l'articulation pastoralisme-agriculture va ouvrir définitivement l'espace montagnard au bétail libéré des contraintes exercées jadis par les propriétaires (dorénavant absents pour la plupart), des pratiques productives arboraires et des emblavures. Désormais les châtaigneraies fournissent le plus souvent gratuitement aux éleveurs (de porcs) pratiquant une « technique » de divagation des troupeaux une nourriture abondante et riche survenant stratégiquement juste avant les périodes d'abattage. Cette situation ne comporte pas que des aspects économiques : un fort sentiment de revanche sociale accompagne cette évolution. Un retour à la récolte, non plus pour un usage animalier mais pour une vente en frais ou une transformation, ne peut, à l'heure actuelle, se

réaliser que sur des domaines enclos, le retrait des troupeaux et les gardiens rémunérés ayant totalement disparu. Cette réapparition des interdits suffit à expliquer la réticence tacite ou plus active que rencontre la reprise castanéicole principalement auprès des éleveurs porcins demeurés de longues années maîtres du territoire.

- 44 La production castanéicole avec l'ensemble de ses dérivés est difficile à cerner avec précision. On ne peut la réduire aux seuls exploitants agricoles en activité ayant déclaré cette spécialisation. La part des agriculteurs à la retraite mais émargeant toujours dans la filière est loin d'être négligeable. On doit également compter avec les non-répertoriés qui perpétuent une tradition familiale et qui pérennisent une petite production écoulee uniquement dans un réseau vicinal. Il existe enfin des personnes qui considèrent l'exercice castanéicole comme une seconde activité ; bien qu'ayant une profession non agricole, elles consacrent un certain temps à une récolte ou à une transformation qui leur apporte un revenu d'appoint.
- 45 L'amélioration des conditions pour une production occasionnelle suppose un effort disproportionné au regard des gains escomptés. Ceux-ci ne demeurent réels que dans le maintien d'un statu quo : propriété familiale (sans baux à payer), récolte manuelle effectuée par une parentèle nombreuse réunie à cet effet, s'il y a lieu séchage par procédé traditionnel.
- 46 Il faut considérer que l'activité castanéicole à plein temps est une notion récente. Dans l'ancienne organisation communautaire, chaque famille disposait de ses réserves stockées et conservées d'une année sur l'autre, répondant à une consommation régulière qui, dans certains villages, pouvait être quotidienne. Seules quelques familles perpétueront cette activité au-delà de la dernière guerre, mais à une fin désormais commerciale et non plus d'autosubsistance. L'agriculteur monoproduitif est rare malgré tout et doit, pour tirer l'ensemble de ses revenus de la châtaigne, renouveler ses fruitiers, compléter sa récolte par des achats et moderniser le processus. S'il ne peut mobiliser une main-d'œuvre gratuite parce que familiale, la pénibilité de la tâche ainsi que l'allongement du temps de travail viendront sérieusement handicaper ses capacités à assumer correctement une chaîne complète d'opérations. Le progressisme sera plutôt le fait des castanéiculteurs à temps plein tandis que les polyactifs défendront des options plus traditionalistes. Les producteurs ne sont pas seulement les instruments d'une économie chargée de sens ; ils composent aussi avec des contraintes très humaines.
- 47 Il faut également prendre en compte le comportement des intermédiaires, en l'occurrence les commerçants. On constate une réticence à accepter les avancées dans les techniques de production, fréquemment envisagées comme allant à l'encontre de la fabrication authentique. Celle-ci est devenue, justement avec la notion de produit identitaire entendu comme résultat d'un procès traditionnel d'opérations de transformation, un puissant outil de vente se posant à contre-courant des évolutions modernistes susceptibles de dénaturer le goût²¹. Les nouveaux procédés de séchage en particulier font l'objet d'une certaine incompréhension²². Pour certains, le séchage au bois atteste le caractère « artisanal » de la farine, les autres techniques étant assimilées au mode « industriel ». La substitution de l'air pulsé au bois a fortement perturbé les représentations. Les garanties gustatives et sanitaires supérieures obtenues avec ce nouveau procédé ne suffisent pas encore à emporter l'adhésion.
- 48 Les questions des commerçants face à ces nouveautés traduisent leur profonde méconnaissance des techniques de fabrication et du produit. L'idée court que la saveur

de la farine tire son origine du procédé de chauffage ; ainsi la couleur plus ou moins ambrée²³ et les nuances gustatives seraient le résultat d'un séchage « véritable », c'est-à-dire à la fumée de bois. Le goût traditionnel se perdrait avec le changement de la technique de dessiccation. Bien entendu, ce n'est pas la fumée proprement dite qui agit sur la déshydratation des fruits mais bien la chaleur intense qui peut être obtenue de diverses façons. Il ne s'agit donc pas d'une question de procédé mais simplement de température. Soulignons ici l'ambiguïté du terme « authenticité » : celle du goût, totalement préservé par le procédé à air chaud, semble s'opposer à celle due à la légitimité de la technique de transformation. Le référent n'est pas le même. Il y a d'une part l'aspect purement gustatif au sens scientifique où l'on entend ne valoriser que le fruit et sa saveur, d'autre part une représentation nostalgique où le goût a partie liée avec l'enchaînement respecté d'un procès légitimé par la tradition. Les questions propres à influencer significativement la sapidité du produit, comme la qualité du fruit, la finesse de la mouture, l'intransigeance du tri après battage, ne font pas l'objet d'une semblable attention, alors qu'elles sont objectivement essentielles.

- 49 N'oublions pas en outre que l'engouement récent pour le biologique, concrétisé par son label (agriculture biologique), a élaboré un cahier des charges comprenant l'élimination des procédés nuisibles pour la santé, parmi lesquels la fumée dont on ne doit pas trouver trace dans le produit « bio ». Cette nouvelle orientation va à l'encontre des conceptions populaires selon lesquelles l'authenticité réside dans le respect de la dessiccation traditionnelle. Celle-ci exigeait que le fruit soit séché exclusivement au bois de châtaignier. La partie de la population la moins sensible aux tendances écologistes est susceptible d'éprouver incompréhension et scepticisme : en quoi la fumée de bois est-elle nocive alors que, des siècles durant, elle fut utilisée et supportée par des générations de Corses ? L'argument de la nocivité n'est-il pas utilisé pour justifier l'augmentation des prix qui accompagne irrémédiablement le produit labellisé AB ?
- 50 Enfin, le consommateur est donné comme acquis à la démarche, la notion d'identité étant censée jouer le rôle déclencheur de la sonnette dans l'expérience pavlovienne. Directement interpellé par une évolution qu'il ne maîtrise pas, l'acheteur intervient généralement en posant le problème de façon nettement plus prosaïque, en évoquant l'alternative qui s'offre à lui : soit manger un bon produit et le payer cher, soit un mauvais à meilleur marché. Dans un tel contexte il est bien vu, dans un esprit de révision et de proclamation des pratiques légitimes, d'affirmer son penchant pour la première solution²⁴, le motif explicite étant que la qualité au prix de quelques francs supplémentaires ne peut se discuter. On perçoit dans cette élaboration que l'attitude « regardant à la dépense » est l'objet d'un fort discrédit dont il convient de se démarquer. On affecte donc de repousser ce qui pourrait être un argument au bénéfice d'une attitude dispendieuse assumée et valorisée. Est-il toujours question d'alimentation ? Nous pouvons considérer la relativisation des motifs pour retenir qu'il s'agit en effet d'une question identitaire, par sa résonance et son interprétation. C'est en tout cas l'identité de consommateur qui est en jeu. Il faut toutefois se garder de confondre la déclaration d'intention et l'acte d'achat effectif.
- 51 Déjà des points de vue opposés viennent contrebalancer ce discours et la réponse attendue à l'alternative. Pourquoi payer de plus en plus cher des produits qui ne sont plus fabriqués de façon traditionnelle alors que quiconque autrefois pouvait se les procurer à bon prix ? On notera que la référence identitaire est toujours présente, ce

qui assure également une forte légitimité à la réplique, l'important étant de ne pas poser comme causalité ultime la notion de choix dicté par le souci de la moindre dépense. Le recours à une mémoire nostalgique, celle du bon produit pas cher, s'ancre dans un autre type de discours identitaire, celui de la consommation authentique qui était pratiquée dans les communautés rurales avant les évolutions. Des croisements statistiques entre les acheteurs et l'appartenance sociale permettraient de progresser dans la connaissance du sujet et d'évaluer à quelle catégorie attribuer majoritairement tel ou tel type d'argumentaire. La mesure des achats réels pourrait être mise en rapport avec la densité des déclarations d'intention. Au-delà des débats techniques, des représentations s'opposent avec comme enjeu la légitimité de l'argumentation identitaire.

- 52 Une évolution se fait jour avec l'apparition dans certains domaines (huile d'olive, charcuterie) de denrées proposées à des prix très élevés s'appuyant sur l'argument de vente d'une qualité irréprochable, réalisées en petite quantité à partir de matières premières contrôlées et choisies scrupuleusement. Le souci de retrouver les saveurs et les savoir-faire anciens et d'offrir une garantie d'authenticité au client a guidé la stratégie de ces agriculteurs et éleveurs. La création d'un échelonnement dans la filière castanéicole allant du bas de gamme au haut de gamme est considérée par certains comme une nécessité afin de rendre une lisibilité au produit. La fixation du prix, pour l'instant laissée à la libre appréciation de chacun, le Groupement ne s'étant pas fixé d'objectifs en ce domaine, est pour le moins empirique. Les grandes surfaces profitent de cette situation pour orienter les prix à la baisse. L'agriculteur est souvent attiré par l'idée de vendre des grosses quantités, ne voulant pas prendre le risque de mévendre un produit dont la conservation est délicate et la demande concentrée sur la saison hivernale²⁵.
- 53 L'ensemble de ces remarques nous incitent à formuler un certain nombre d'interrogations venant elles-mêmes renforcer le débat concernant les nouvelles formes du patrimoine et les manifestations identitaires. En effet, l'empressement à préserver des formes authentiques constitue un questionnement anthropologique et sociologique particulièrement vivace, l'exemple de la Corse pouvant venir enrichir les perspectives²⁶. Le travail conservatoire est-il la seule réponse à la quête d'identité et à la recherche de sens ? Symptôme de l'éclatement des références temporelles, sociales, économiques, la patrimonialisation des produits réinvestit les représentations d'hier dans le présent. L'intégration récente de l'alimentaire dans le patrimoine corse rejoint le processus global de muséalisation qui construit un large domaine patrimonial à la demande du touriste et de l'autochtone [Pesteil 2001]. L'insistance de la Collectivité territoriale de Corse à concilier « identité » et « marché » en prônant un « développement identitaire » apparaît comme une réorientation stratégique sur la base d'objectifs commandés par le réalisme économique. En érigeant la nourriture (produit à consommer et à détruire) à une place archétypale du nouveau dispositif patrimonial, on satisfait à une demande consensuelle, portée par des acteurs aux intérêts divergents. La Corse ne fait alors que jouer une carte qui lui était déjà assignée : celle du pays ayant gardé dans le respect de ses traditions le sens du sacré, une nature sauvage et donc authentique, des hommes connaissant le secret des savoir-faire. Cette nécessité de donner une physionomie ancestrale aux redéploiements agricoles innovants n'est-elle pas purement instrumentale ? On peut alors se demander ce qui est patrimoine : la nourriture devenue objet sémiophore ou le message culturel dont certaines dissonances rapprochent davantage la société de la conception

simmélienne [1908] que de l'image idyllique d'une communauté parfaitement homogène.

BIBLIOGRAPHIE

Bauman, Z. — 1992, *Intimations of postmodernity*. Londres, Routledge.

Emmanueli, P. — 1958, *Recherches sur la Terra di Comune*. Aix-en-Provence.

Lacan, J. — 1957-1958, « Les formations de l'inconscient », *Bulletin de psychologie* 154-155 (12/2-3) : 182-192 et 156 (12/4) : 250-256. — 1999 (1971), « Subversion du sujet et dialectique du désir dans l'inconscient freudien », *Écrit II*. Paris, Le Seuil : 273-308.

Pernet, F. et G. Lenclud — 1977, *Berger en Corse. Essai sur la question pastorale*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Pesteil, P. — 1986, « Société corse traditionnelle et transition au capitalisme. Le cas de la pieve de Moriani ». Thèse. Aix-en-Provence. — 2001, « Considérations diététiques et identitaires autour d'un produit traditionnel : la farine de châtaigne en Corse », *Anthropology of food*. Internet : <http://www.aofood.org/JournalIssues/00/pesteil-pdf.pdf>.

Ravis-Giordani, G. — 1983, *Les communautés pastorales du Niolo*. Aix-en-Provence, Édisud.

Simmel, G. — 1908, *Der Streit* (trad. fr. : *Le conflit*, 1992). Paris, Circé.

NOTES

1. . Actes du symposium *Suds et îles méditerranéennes : terres d'initiatives ou terres d'assistance ?*, Ajaccio, 29-30 octobre 1992, Éditions universitaires de Corse.

2. . *Les conseils économiques et sociaux régionaux. Des stratégies solidaires au service des régions, 25 ans, 1972-1997*. APPCESR, 1997.

3. . Notamment lors de la préparation du Plan de développement et du Schéma d'aménagement, sur les projets relatifs aux transports, sur l'aménagement et l'urbanisme, la préparation du Plan national en Corse, les orientations générales du budget de la Collectivité territoriale, sur les projets de délibération concernant l'action culturelle et éducative, en particulier pour la sauvegarde et la diffusion de la langue et de la culture corses. Cf. *La Collectivité territoriale de Corse. Service d'Information, d'Édition et de Communication de la Collectivité territoriale de Corse*, juin 1997, pp. 30-31.

4. . Séminaire « Économie identitaire », 1993-1995, Collectivité territoriale de Corse, Cunsigliu Culturale, Sociale, Economicu.

5. . *Ibid.*, Quaternu 1, 6/12/93, p. 1.

6. . Plan de développement de la Corse, Collectivité territoriale de Corse, septembre 1993, p. 14.

7. . *Ibid.*

8. . *Op.cit.*, Quaternu 1, p. 1.

9. . Les termes entre guillemets sont empruntés aux cahiers du séminaire « Économie identitaire ».

10. . Séminaire « Économie identitaire », Quaternu 4, Sistemi finanziari, Aiacciu, 17/1/95, p. 42.
11. . *Ibid.*, p. 44.
12. . Dans le contrat de plan signé entre l'État et la Collectivité territoriale de Corse (1994-1998), trois axes définissent la politique agricole souhaitable pour l'île. Le premier est fondé sur la reconnaissance des « productions à forte valeur ajoutée, de caractère patrimonial ou identitaire (vins, fromages, charcuterie, miel, huile d'olive, châtaigne...) » (p. 33).
13. . Ce chiffre encore avancé par les rédacteurs du Plan de développement de la Corse (p. 108) apparaît, au vu de la situation des vergers, être un souvenir hérité des données de la fin du XVIII^e siècle.
14. . Extraits des statistiques agricoles annuelles pour l'année 1996 rassemblés dans les *Tableaux de l'économie corse*, édition 1999, p. 168.
15. . En termes de quantité récoltée, les estimations avoisinent pour l'ensemble de la Corse les 2 000 tonnes de fruits. En ce qui concerne la production de farine, elle s'élève à environ 300 tonnes. Données recueillies auprès de Patrick Arrighi, technicien castanéicole à la Chambre d'agriculture de la Haute-Corse.
16. . Il s'agit du Groupement régional des producteurs et transformateurs de châtaignes et marrons de Corse.
17. . Office du développement agricole et rural de la Corse. Un des six établissements publics dont dispose la Collectivité territoriale de Corse pour mettre en œuvre sa politique.
18. . La mémoire villageoise se rappelant les rapports par arbre peut desservir le nouveau récoltant s'il se fie aux quantités qui lui sont annoncées, généralement en *sporte* ou *spurtelli*. Les 30 *spurtelli* (soit environ 240 kg) dont parlent les anciens se sont considérablement réduits en raison de la maladie qui touche la plupart des vergers et de l'abandon chronique des surfaces (absence d'égavage, entretien minimal des terrains...). Il en est de même des quantités cueillies en une journée. Les 250 kilos par personne peuvent raisonnablement être divisés par deux.
19. . La farine italienne bas de gamme peut être achetée dans la péninsule et en grande quantité à des prix avoisinant les 10 francs le kilo, pour être revendue sur le marché insulaire trois ou quatre fois plus cher. Elle peut être mélangée par le producteur peu honnête afin d'augmenter sa production. Cette pratique permet également de s'assurer une position privilégiée vis-à-vis de la concurrence. Une partie de la farine acquise à bas prix assure une marge bénéficiaire confortable et autorise des rabais importants auprès des commerçants et des grandes surfaces.
20. . S'agissant de la récolte de châtaigne, vitale pour certaines régions du centre, l'opération débute par le *furestu*, période durant laquelle les animaux devront être gardés à l'écart des zones de vergers. Passé cette période (d'octobre à décembre), les troupeaux sont mis en pacage sous les arbres afin qu'ils se nourrissent des restes et fument le terrain. Cette alternance était rigoureusement observée car chaque manquement pouvait signifier une perte nutritionnelle irréparable pour la famille. La tenue des animaux hors zone de cueillette était particulièrement délicate étant donné leurs habitudes de libre parcours et l'attrait de cet aliment savoureux et énergétique. Les institutions de la *Terra del Comune*, approximativement le nord de l'île, avaient paré à ce danger en élisant des gardiens payés par les communautés. Cf. P. Emmanuelli [1958], F. Pernet et G. Lenclud [1977], G. Ravis-Giordani [1983].
21. . Très récemment la mention « récolté à la main » a fait son apparition sur les emballages. Cette précision intervient dans un contexte où le ramassage au filet se généralise. Un message est adressé au consommateur supposé en quête d'authenticité, pour déterminer son achat en faveur de la conformité à la tradition. Si l'on admet que, contrairement aux cueillettes florales ou même aux récoltes viticoles, cette évolution technique est sans dommage pour la châtaigne, on peut avancer l'idée que les choix de l'exploitant, par le sens qu'ils véhiculent, seront des arguments de vente au même titre que le goût de sa farine.
22. . Depuis quelques années, la technique dessiccatoire traditionnelle consistant à chauffer les châtaignes déposées sur des plafonds en claire-voie est fréquemment remplacée par des

installations à air pulsé. Par ce procédé, la dessiccation intervient sur les châtaignes stockées dans des compartiments. Outre un gain de temps, la déshydratation complète passe de trois semaines environ à six jours, et le produit ne court plus le risque d'un séchage imparfait. L'odeur de la fumée de bois, qui pouvait imprégner la châtaigne, et donc la farine, est également supprimée.

23. . L'aspect visuel intervient de façon cruciale dans l'acte d'achat du consommateur. Un emballage dissimulant totalement le produit pourra apparaître comme suspect. La couleur demeure un très puissant marqueur identitaire : les régions septentrionales produisent une farine allant du blanc cassé au crème, alors que les régions méridionales sont attachées à un produit aux tons plus soutenus, tirant vers le marron. Cette différence obtenue à la phase finale de chauffe permet d'avoir une farine au goût plus « biscuité » dans le Sud. Une suspicion mutuelle accompagne encore ces deux savoir-faire.

24. . La crise dite de la vache folle, les campagnes fortement médiatisées contre la malbouffe trouvent ici un terreau particulièrement propice à l'affirmation d'une recherche de qualité dans le produit haut de gamme.

25. . Cela vaut pour la clientèle insulaire. La vente estivale connaît depuis quelques années un essor important avec les touristes. La mise sous vide de la farine garantit une conservation au produit. À un degré moindre que pour la dessiccation, cette dernière technique a elle aussi suscité la méfiance de nombreuses personnes lors de ses débuts. Il reste que la population résidente est peu consommatrice du produit au-delà de la période hivernale.

26. . Les chercheurs de l'INRA et de l'Université de Corse, spécialisés dans les secteurs agroalimentaires, ont développé une réflexion et une collaboration autour des « niches de conservation des savoir-faire ».

RÉSUMÉS

En Corse, l'économie identitaire est présentée avec insistance et de façon consensuelle comme une voie de salut pour les productions. Bâtie autour du refus de la globalisation, de la valorisation du local et des savoir-faire, et d'une conception intégrant la culture dans l'économie, cette orientation désirée autant que prônée fait l'objet d'un vaste débat dépassant le cadre d'une réflexion strictement agricole. Le cas de la filière castanéicole est représentatif des enjeux où se mêlent et parfois se contrarient les stratégies d'acteurs. Évoquer les tentatives de modernisation actuellement discernables permet de faire apparaître des dimensions sociales et mentales qui ne sont pas toujours prises en compte par les discours sur l'identitaire.

At the crossroads between economics and culture : The Corsican chestnut business as a marker of identity. – In Corsica, consensual insistence is laid on the “identity economy” as the path of salvation for local producers. Based on the refusal of globalization, the promotion of local activities and know-how, and a conception that integrates culture into the economy, this demanded orientation has fueled a vast debate reaching beyond the agricultural field. The chestnut trade illustrates quite well the issues, as various parties' strategies combine, mix and, sometimes, conflict. Currently observable attempts at modernization bring to light social and mental factors that the discourse about identities does not always take into account.