

(Revue *Géographie et Culture*, n°49, 2004, pp.71-86)

Bernard PECQUEUR
Professeur à l'Institut de Géographie Alpine
Université Joseph Fourier, Grenoble
Bernard.pecqueur@ujf-grenoble.fr

Au début, tout paraît simple dans la confrontation de l'économie et de la géographie. Dans le processus de production, l'économie explique le "pourquoi" et la géographie précise le "où" (N. Thrift 2000). La théorie de la localisation vient figer pour l'éternité le rapport entre économie et géographie en soumettant la question du lieu de la production à la simple exigence de minimisation de la distance entre le lieu où l'on produit et le lieu où l'on consomme (le marché). De ce point de vue le modèle de Von Thünen apparaît comme une épure où l'on comprend que la localisation des productions agricoles est ordonnée en cercles concentriques autour du marché en fonction unique des coûts de transport. Puis les cercles se tordent, se contractent ou se dilatent en fonction des conditions imposées par la réalité. Ils deviennent des "isolignes" qui tendent à traduire la complexité des situations empiriques. Mais on est bien dans ce que l'économie a trop souvent comme méthode de prédilection : le modèle théorique préexiste autour d'hypothèses robustes mais rustiques et le réel s'adapte à la capacité explicative du modèle.

Cependant, l'accélération des tendances à la globalisation entraîne la mise en réseau à l'échelle mondiale non seulement des processus de production mais aussi des sentiers de l'innovation. La géographie ne peut plus se contenter d'enregistrer les mouvements des entreprises "nomades" qui glissent d'un pays à l'autre à la recherche de coûts de production plus faibles et d'une productivité toujours plus grande. De son côté, l'analyse économique ne peut ignorer les effets spatiaux de la globalisation dès lors que les nouvelles localisations ne suivent pas un chemin linéaire simple (les activités incorporant de la haute technologie restent au centre et les activités dites "de main d'œuvre" vont, avec des fortunes diverses, se localiser dans les périphéries conformément aux théories du cycle du produit à la R. Vernon ou même aux représentations de S. Amin).

Au contraire, les évolutions des localisations révèlent un mouvement fort de différenciation des espaces. La "territorialisation" de l'économie apparaît comme une des modalités importante de la période de réorganisation après-fordiste. On peut sans doute même proposer une hypothèse plus avancée selon laquelle la vaste parenthèse industrialiste ouverte au milieu du XVIII^e siècle avec la Révolution Industrielle anglaise et confirmée par la Révolution politique française, se referme aujourd'hui. A l'apogée de sa période, le fordisme avait mis en

scène une économie a-spatiale pour laquelle les conditions culturelles qui distinguent les lieux de production et de répartition, n'importent pas. Aujourd'hui, on peut avancer l'idée, qui aurait été, il y a peu encore, jugée hasardeuse, que le territoire lui-même puisse être un "gisement de compétitivité" où les entreprises "se rendent de plus en plus compte que leur productivité est largement tributaire de la qualité de leur environnement géographique immédiat" (C. Levi 1996).

Notre hypothèse de base est que les conditions de structuration du postfordisme impliquent l'émergence de la question territoriale, fondement du lien nouveau entre géographie et culture. Ainsi, la géographie économique comme champs d'analyse devient le registre de réflexion qui permet aujourd'hui de renouveler le rapport entre l'espace et l'économie (Cf. I. Généau de Lamarlière et J.F. Staszak 2000) tant au niveau de la production que de la consommation. En effet, les interrogations des économistes critiques de la théorie standard établissent une remise en cause des paradigmes comportementaux des agents économiques à partir de la question culturelle, ce que l'on pourrait appeler "le tournant culturel en économie" (A. Orléan 2002). Chacune des deux disciplines poursuit son effort d'intégration de la variable culturelle avec un certain parallélisme sans que l'on puisse envisager très clairement, en première analyse, la synthèse d'une géographie économique qui soit culturelle.

Nous verrons donc dans ce papier, dans une première partie les étapes théoriques principales menant à cette émergence de la question culturelle en économie. La question n'est pas récente mais le contexte historique d'après crise lui donne une dynamique nouvelle.

Cependant, la prise en compte de la contextualité culturelle par les économistes reste a-spatiale. La seconde partie visera à montrer comment à partir d'objets empiriques (notamment les districts industriels puis les productions agro-alimentaires sous signe de qualité), la convergence de l'économie et de la géographie peut s'amorcer autour de l'objet culturel. Nous concluons enfin sur l'ébauche de ce que pourrait être un modèle de géographie économique culturelle.

1°) La montée de la question culturelle dans la coordination des acteurs économiques :

Avant de pouvoir raisonner sur un tryptique renouvelé : économie-géographie-culture, constatons que l'économie s'est affranchie de la géographie en élaborant un système conceptuel qui, par le biais de la mondialisation, met le capitalisme en situation d'autonomie vis à vis de son ancrage spatial. Le système combine trois éléments : des **propriétaires privés** mus par la volonté de *profit*, des **producteurs** attachés à dégager de la force de travail, une *productivité* maximale et enfin, une institution nouvelle et universelle, le **marché**. La dynamique du système est assurée par le *progrès technique*, élément *exogène* considéré comme une donnée transmise et adoptée naturellement par les producteurs.

La contestation de cet univers mécaniciste va se faire par le biais de la culture. Celle-ci pourrait être définie comme *des savoir, des valeurs, des normes et des symboles partagés par certains acteurs de façon discriminée vis à vis d'autres acteurs*. Pour P. di Maggio (1994), la culture se décline dans au moins trois domaines : la production avec les approches cognitives des offreurs et les débats sur la culture d'entreprise ; le marché avec les analyses en termes de construction sociale du marché (voir à ce propos les sociologues italiens : A. Bagnasco et C. Trigilia 1993) ; la consommation avec notamment les approches novatrices de T. Veblen au début du XX^e siècle, sur les diverses significations de l'acte de consommation. Derrière la consommation utilitariste se cache d'autres mobiles (ostentation, démonstration, etc.). nous ajouterons un quatrième domaine dans lequel la question culturelle vient subvertir l'opinion commune en économie : le progrès technique.

Les théories évolutionnistes (Argyris, Schön, Nelson, Winter, etc.) avaient déjà pointé en effet que le progrès technique ne tombe pas du ciel mais résulte de trajectoires qui ne sont pas totalement aléatoires mais qui dépendent fortement du contexte culturalo-social où elles sont apparues. Nous avons déjà cherché à montrer la racine territoriale du progrès technique (G. Colletis et B. Pecqueur 1995) et son enracinement aux lieux géographiques.

Cette contestation par la variable culturelle n'est pas nouvelle, elle est le fait d'un débat déjà ancien et débouche aujourd'hui sur la définition d'une "économie cognitive" autour de la notion d'acteur situé. Il nous faut donc montrer comment l'économie intègre (ou est en train de le faire) la question culturelle indépendamment de l'ancrage géographique.

La critique de l'agent désincarné est presque une constante dans la littérature. F. Perroux (1967) parlait à propos du marché de Walras et de Pareto, d'une "rencontre intemporelle et déspatialisée d'échangistes purs, à peine nécessaires en tant que sujets (...). Cette mécanique n'admet que des sujets fantomatiques à qui n'échoit aucune fonction active dans l'économie ni aucun rôle social".

Dans l'histoire de la pensée économique depuis la fin du XIX^e siècle on peut repérer deux modalités de dépassement du paradigme de l'homo-oeconomicus à la rationalité substantielle : d'une part (a), un contournement par les structures et, d'autre part (b), un dépassement par le contrat.

Chacune de ces sorties du problème met en cause la variable culturelle au sens de la spécificité des individus et des institutions et de leur irréductibilité à un comportement "rationnel" purement mimétique.

a) la sortie par les structures :

T. Veblen dans sa "théorie de la classe des loisirs" (1899) a engendré un mouvement dit "institutionnalisme américain". C'est à travers les comportements de classe des groupes d'individus que Veblen reconstruit la lecture des enjeux de l'échange et du développement économique dans l'Amérique de son temps. La rivalité pécuniaire, les instincts de classe (l'instinct artisan et l'instinct prédateur), le rôle de l'ostentation, composent une analyse originale où l'anthropologie est fortement sollicitée (un quart de siècle avant l'essai sur le don de Marcel Mauss !). La radicalité de la critique de Veblen n'a cependant pas pu abattre la théorie néo-classique. Comme le rappelle M. Blaug (1985) en montrant que l'économie institutionnelle traditionnelle (celle de Veblen puis de Commons et de Mitchell) s'était progressivement éteinte : "il faut une nouvelle théorie et non pas une simple présentation destructrice des hypothèses ou la collecte de faits nouveaux pour abattre une vieille théorie" qui a montré une très grande capacité d'adaptation.

Cependant, à la faveur des crises du capitalisme et après les travaux fondateurs de K. Polanyi et de J. Schumpeter, il existe véritablement un courant d'analyse qui vise à réimposer la question institutionnelle dans les conditions de la production et de l'échange, et par là, la question de la culture. En d'autres termes, *l'économie est nécessairement contextualisée*. Il peut y avoir un marché walrassien théorique où règnent la transparence et la parfaite connaissance par les offreurs et les demandeurs des produits et des conditions d'achat ou de vente. Ce marché abstrait est sans mémoire car chaque intervenant recommence chaque fois comme s'il n'avait pas de souvenir des êtres rencontrés.

Un tel marché sert sans doute à déterminer la possibilité d'un équilibre général mais n'existe nulle part. Il doit transiger dans l'analyse avec le marché concret tel qu'il existe effectivement, fait de manques et d'imperfections (les "market failures") mais aussi **construit** par les pratiques et les apprentissages.

Les déterminismes sociaux qui pèsent sur les acteurs sont aussi le résultat des stratégies de ces acteurs. Parmi les héritiers de la sortie par les structures ou encore de l'institutionnalisme

économique contemporain, on trouve, notamment l'école française de la régulation (Cf. R. Boyer 1986). J.P. Gilly (in J.P. Gilly et B. Pecqueur 2000 et dans d'autres travaux depuis) cherche à rendre adéquat la vision macroéconomique de l'école de la Régulation avec l'approche territoriale qui est plus transversale et dans l'intersectoriel.

La sociologie économique américaine (N. Smelser et R. Swedberg 1994) se fait aujourd'hui le relais de la critique par les structures autour notamment des travaux de M. Granovetter pour qui les acteurs économiques sont irréductiblement "encastrés" (embedded) au sein de réseaux de relations sociales.

En définitive, la critique par les structures nous dit que l'acteur économique ne définit pas sa stratégie dans le seul cadre de son face à face individuel avec le marché mais dans un bornage d'appartenance institutionnelle qui constitue des références de type culturel orientant son action.

b) La sortie par le contrat :

Plus micro-économique, cette solution critique du principe de l'homo-oeconomicus, s'attache essentiellement aux formes contractuelles des relations interindividuelles qui débordent donc nécessairement des seules relations marchandes.

Au début des années 70 paraît la contribution de J. Rawls (1971), "Théorie de la justice". Ce texte longtemps ignoré en France (il n'a été traduit qu'en 1987), est essentiellement œuvre de philosophe. La contribution de Rawls est significative d'un retour aux débats du début du XIX^e siècle sur les fondements moraux de l'échange. Elle introduit une idée de morale en économie politique ; c'est la revanche posthume de J.J. Rousseau et son contrat social sur le cynisme de B. de Mandeville et sa fable des abeilles. *L'altruisme pourrait aussi être générateur de bien être*. Ce point a été analysé par S.C. Kolm (1971) à travers son analyse de la réciprocité.

Pour J. Rawls : "Il peut être opportun, dans certains cas, que certains possèdent moins afin que d'autres prospèrent, mais ceci n'est pas juste. Par contre, il n'y a pas d'injustice dans le fait qu'un petit nombre obtienne des avantages supérieurs à la moyenne, à condition que soit par là même améliorée la situation des moins favorisés".

L'impact de ce renouvellement est considérable. On peut fonder une morale qui ne soit pas exclusivement à base d'utilitarisme et le contrat, bien qu'interindividuel s'insère dans le cadre d'une société où l'on prend en considération la mesure du plus pauvre comme contrainte à l'enrichissement du plus riche.

Cette idée de "principe supérieur commun" apparaît bien comme une prise de distance vis à vis de l'utilitarisme benthamien. La rationalité change de nature en ce sens qu'elle n'est plus la résultante de calculs optimisateurs mais d'un consensus de nature morale. *Il y aurait ainsi, une limite culturelle à la rationalité des agents économiques*. L'accord implicite qui fonde tous les comportements serait daté historiquement et géographiquement.

Le contrat comme forme plus générale de coordination où le marché ne constitue qu'une catégorie particulière, devient le cadre analytique des relations entre les agents économiques. Il apparaît alors que la ruse, la méfiance, le soupçon interviennent dans la négociation marchande. Il n'est pas le lieu ici de décrire l'abondante littérature qui s'est développée autour de cet élargissement du champ comportemental des agents. H. Simon (1955) a fait figure de précurseur avec sa notion de rationalité limitée ("bounded rationality"). Pour lui, l'individu se contente d'arrêter sa recherche lorsqu'il a réussi à atteindre un certain objectif, seuil qu'il s'était fixé. On sort alors d'un homme mécanique, une machine à optimiser pour aborder le cas plus réaliste de l'homme à la recherche de son intérêt mais pas nécessairement lucide sur les conditions de réalisation optimale de son intérêt.

Au delà de cette révolution portée par H. Simon dont l'ampleur n'est sans doute pas encore prise en compte par l'économie dominante (H. Simon est encore souvent interprété comme un auteur du "main stream" ou alors comme un "sociologue") dans toute sa dimension, on comprend que la discipline économique intègre la capacité des agents à apprendre. L'économie devient "cognitive" (B. Walliser 2000) et opère depuis peu un véritable tournant cognitif.

Les agents économiques cessent d'être isolés, suspendus dans l'éther et confrontés, seuls, au marché. Ils se regroupent, ils apprennent, ils gardent une mémoire collective et exercent une "rationalité cognitive" pour laquelle la notion de croyance sociale s'impose (A. Orléan 2002) et la liaison des agents entre eux obéit à des règles de type culturel, c'est à dire d'expériences partagées et formalisées comme telles¹.

2°) Une géographie économique est d'abord culturelle :

Nous avons ainsi montré dans notre première partie que la variable culturelle émergeait comme une particularité constante et nécessaire de l'analyse économique.

En définitive, le débat sur la prise en compte de la variable culturelle en économie réapparaît aujourd'hui dans un contexte différent. Dès la fin du XIX^e siècle,; l'école historique allemande (Sombart, Schmoller, etc) avait montré que les mécanismes de la production et de l'échange devaient être lus dans une perspective historique de mouvement long. Or, la théorie néo-classique traditionnelle qui alors tendait à devenir hégémonique, s'appuyait sur les faits de l'industrie émergente pour nier l'importance de l'historicité et raisonner davantage en termes d'équilibre que de trajectoire (mouvement avec mémoire et apprentissage)².

Il apparaît assez clairement que cette "révélation" de la variable culturelle a été rendue possible par la crise du modèle fordiste standard dont la dynamique fondamentale était la reproductibilité et la substituabilité des produits. Un tel modèle dominant tendait en effet à nier la différenciation des produits et plutôt à valoriser la capacité des producteurs à produire des biens et services identiques et standardisés à des coûts les plus bas possibles. La demande de différenciation et la montée afférente de la proportion de services (Cf. Ph. Moati 2000) associée à l'évolution des techniques et des innovations, créent les conditions de la crise que l'on a connu dans les années 70 et de l'importance du contenu culturel dans la production. En redécouvrant l'historicité et en la combinant avec les phénomènes cognitifs dans les choix stratégiques des agents économiques, la science économique admet bien un fondement culturel à la production et l'échange. Cependant, cette découverte ne rapproche pas pour autant l'économie de la géographie. En effet, la genèse de la spécificité culturelle qui marque les individus, n'est pas explicitée et donc le processus d'émergence reste obscur.

De plus, cette mise en avant du *contexte* (avec une requalification de la rationalité des agents qui n'est plus "substantielle" et devient "contextuelle"), *n'est pas spatialisée*. Elle entre dans l'abstraction de la représentation du monde sans qu'il soit précisé le poids de l'espace construit (le territoire) dans l'édification de ce contexte.

¹ On se réfère à T.C. Schelling (1960/1980). Sur une base de théorie des jeux, Schelling a montré que les individus pouvaient converger sur un "point focal" non pas à partir de données intégrées ex-ante mais sur la foi de références communes

² On lira dans la thèse de J. Nussbaumer (2002), la relation de la controverse qui opposa Gustav Schmoller à Carl Menger sur cette question et aussi l'article de G. Hodgson (2001) sur l'oubli de l'histoire par la science économique.

En d'autres termes, on peut imaginer une économie culturelle qui ne soit pas géographique. Montrons ici que ces évolutions récentes ont également montré l'articulation nécessaire entre l'économie et la géographie dès lors que la culture est une variable avérée de la production et de la consommation de biens et services. On verra dans un premier temps que l'analyse du cas empirique des Districts Industriels fait apparaître la présence d'une géographie culturelle, non pas limitée à quelques particularités de folklore ethnique qui serait un vestige d'une économie située d'avant le fordisme, mais au contraire une véritable dynamique d'ancrage territorial particulièrement adaptée à la globalisation (a).

Nous montrerons ensuite que le modèle que l'on peut en tirer, peut s'enrichir d'autres formes de production qui sont des résultantes de la culture vivante des lieux mais aussi les produits eux-mêmes qui ont un contenu culturel, notamment à travers les processus de labellisation liés aux terroirs et aux territoires (b).

a) L'approche empirique par les districts industriels et les externalités culturelles :

Le débat sur les districts industriels est maintenant bien connu et décortiqué sous toutes les coutures depuis plus de dix ans (Cf. G. Benko et A. Lipietz 1992 ; B. Pecqueur 1996 ; C. Courlet 2000).

Il revient aux économistes italiens d'avoir exhumé les remarques de A. Marshall (1919) qui dans "Industry and Trade", son maître livre, sur la situation de l'industrie et du commerce dans l'Europe du début du XX^e siècle montre en quelques pages comment dans la dynamique générale de concentration du capital et d'apparition d'entreprises de plus en plus grosses, on pouvait observer des exceptions. Contrevenant à la tendance globale du capitalisme, certaines zones laissaient apparaître le maintien de savoir faire très spécifiques et de multitudes de petites entreprises qui perduraient sans être absorbées par des grosses. Dans ces districts, "l'atmosphère industrielle que les enfants respirent", est une caractéristique culturelle du fonctionnement de l'économie ancrée spatialement. G. Becattini (1992), chef de file des économistes italiens qui ont cherché à appliquer l'observation de Marshall à la Troisième Italie, définit le District Industriel comme : "une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné. Dans le district, à l'inverse de ce qui se passe dans d'autres types d'environnements, comme par exemple les villes manufacturières, il tend à y avoir osmose parfaite entre communauté locale et entreprises".

Ainsi, les analyses empiriques qui vont se développer autour des DI montrent que c'est la *proximité* géographique³ qui attire les demandeurs qui viennent faire leur "marché" en produits du district. Ils y trouvent une sorte de catalogue vivant qui échappe pourtant à presque toutes les hypothèses héroïques de la concurrence pure et parfaite. Quant aux offreurs, ils y trouvent une meilleure chance de se vendre que dans un marché réel et a-spatial car ils bénéficient de l'image et de la reconnaissance du lieu.

L'objet DI a été saisi tant par les économistes que par les géographes, chacun avec ses méthodes et ses regards propres.

³ Un ouvrage collectif : "L'économie de proximité" co-édité par B. Pecqueur et J.B. Zimmermann, éditions Hermes, Lavoisier (2004), recense les différentes acceptions du terme de proximité en économie (notamment les proximités géographique et organisationnelle) où la variable culturelle vient fonder la notion de proximité.

Comme le remarque B. Ganne (1991), les géographes ont été précurseurs. A partir d'une approche de l'industrie en milieu rural, ils toucheront aux problèmes de l'industrialisation diffuse et des systèmes industriels locaux. "Entre les années 1950 et 1970, tout un courant privilégiera une orientation encore plus explicitement économique mais qui, abandonnant la complexité du cadre régional, ira s'intéresser de préférence aux grandes entreprises". Rendons cependant hommage à J. P. Houssel⁴ qui "attirera l'attention avant même les chercheurs italiens sur l'originalité du système d'industrialisation à base de petites entreprises qui se développeraient dans l'Italie du milieu" (B. Ganne 1991).

Les économistes pour leur part, ne sont pas partis des mêmes prémisses. Alors que l'orthodoxie des années de croissance maintenait que l'efficacité des entreprises augmentait en fonction de la croissance de leur taille (en particulier avec le jeu des économies d'échelle), ils se sont interrogés sur la nature des tissus industriels. Le classement des entreprises par catégories d'activités masquant de fortes hétérogénéités en regroupant artificiellement les entreprises dans des nomenclatures abstraites, l'évolution de la réflexion en économie industrielle a été dans le sens d'un classement par catégorie d'entreprises. La PME et la TPE devenaient des objets d'analyse en soi plutôt que des entités en devenir et, de toutes façons, moins compétitives que les grands groupes. Ajoutons à cette évolution, la réflexion sur les relations internes et externes de l'entreprises qui cesse d'être une "boîte noire". On relit en particulier les travaux fondateurs de R. Coase qui va inspirer la théorie moderne de la Nouvelle Economie Institutionnelle qu'a lancé O. Williamson.

Enfin, le lien entre les grandes entreprises, les "clusters" (terme générique utilisé par les anglo-saxons pour désigner les DI et toutes les configurations plus ou moins organisées de systèmes productifs localisés) et les relations de réseaux est analysé dans un contexte de globalisation (M. Bellandi 2002) afin de lever l'apparente contradiction entre le local et le global.

Cette convergence d'intérêt scientifique sur les DI entre géographes et économistes valide l'importance des effets de proximité géographique dans la coordination des agents économiques (J.P. Gilly et A. Torre 2000). Les DI illustrent le poids de cette proximité et démontrent un mode d'organisation économique encastré dans le géographique qui non seulement est original par rapport aux théories classiques de la localisation mais constitue aussi une métaphore des évolutions de l'économie vers une prise en compte des contextes culturels territoriaux de la production.

Trois grandes caractéristiques doivent être retenues de l'analyse des districts industriels :

1. **La société et la communauté sont en osmose** (on fait là une référence explicite aux catégories de F. Töennies). En effet, dans la représentation de l'économie standard, a-spatiale et fordiste, la caractéristique principale est l'autonomisation de l'économie vis à vis du politique et plus généralement du fonctionnement de la société. En d'autres termes, le marché walrassien fonctionne en lui-même, quelque soient les évolutions sociétales et les particularisme locaux. *Le DI démontre la porosité du rapport marchand vis à vis du reste des relations sociales.*
2. Le fonctionnement et l'organisation des systèmes locaux de production sont marqués par **l'historicité et la mémoire collective**. En effet, une caractéristique essentielle des DI est la construction sociale d'un capital cognitif collectif. On observe donc une capacité d'apprentissage du groupe concerné par le DI. On rejoint les approches par les géographes

⁴ Pour une synthèse plus récente de ses travaux sur le districts italiens, on lira J.P. Houssel (1990). Par ailleurs, C. Wackerman (2002) fait une bonne revue de la pensée des géographes sur ce thème.

de la notion de territoire. Pour G. di Méo (2000), le territoire est à la fois un espace social et un espace vécu. Se situant dans la perspective phénoménologique d'A. Frémont (1976), il considère que le territoire "s'imprègne de *valeurs culturelles* (c'est nous qui soulignons) reflétant, pour chacun, l'appartenance à un groupe localisé. Sa connaissance passe par l'écoute des acteurs par la prise en compte de leurs pratique, de leurs représentations et de leurs imaginaires spatiaux". Au delà d'un capitalisme lié aux rationalités individuelles régulées par le marché, il existe aussi des espaces peuplés d'acteurs économiques qui exercent une véritable "intelligence collective" (selon l'expression parlante de P. Lévy 1997).

3. Enfin, la troisième leçon à tirer de l'examen des DI est celle de la **réciprocité**. La modalité marchande n'est pas la seule dans l'ordre de la coordination, il existe aussi au sein du territoire, des relations de réciprocité. Le concept est propre aux sociétés archaïques dans la tradition anthropologique du XX^e siècle (M. Mauss et ses épigones) mais se décline dans les sociétés modernes. La réciprocité détermine une relation entre les agents qui échangent, qui possède une vie propre au delà de la transaction purement commerciale. Dans la société contemporaine, les relations de réciprocité sont présentes par exemple dans la famille, dans les relations amicales ou dans certaines formes de relations communautaires. La réciprocité renvoie à la fidélité, à la gratitude et à l'identité. En particulier, l'agent qui s'insère dans un système de réciprocité doit pouvoir compter sur le maintien dans le temps de son identité vis à vis d'un ensemble plus complexe : le métier, la famille, la communauté, le groupe social voire le territoire (dans sa définition de construit d'acteurs). La réciprocité s'enracine dans l'identité sociale de l'agent. Cela suppose que ce sentiment d'identification soit suffisamment répandu au niveau de l'environnement de proximité de cet agent. En d'autres termes la réciprocité est constitutive du processus de territorialisation⁵.

b) terroir, ethnicité et labellisation :

Ainsi, cet exemple des DI élargis aux Systèmes Localisés de Production⁶, est une situation exemplaire pour la géographie économique de ce que peut être le rôle des facteurs culturels dans la production et l'échange et du comment ces facteurs peuvent constituer des externalités positives⁷ qui sont à la fois culturelles et localisées. *Cependant, cette spécificité culturelle des modes de production se retrouve dans l'amont de la production mais pas dans le produit lui même*. Dans la plupart des cas, les produits sont standards et ne sont pas marqués en eux mêmes par leur provenance : chaussures, meubles, vêtements, pièces mécaniques, moulages

⁵ Cette définition de la relation entre la réciprocité et la construction des territoires est tirée d'une étude que nous avons faites sur : "Les systèmes industriels localisés en Europe", G. Colletis, C. Courlet et B. Pecqueur : rapport de recherche pour le Ministère de la Recherche et de la technologie, septembre 1990, IREPD, Grenoble, 132p.

⁶ Cette notion de SPL a été adoptée par la DATAR qui en a fait un axe de son action. Pour une première synthèse pour l'Europe, on se réfère à G. Colletis, C. Courlet et B. Pecqueur 1990.

⁷ Nous ne revenons pas ici sur la notion complexe mais largement développée dans la littérature, d'externalités. Retenons que, comme le rappelle P. Krugman (1996), à propos des externalités locales : ces externalités ont été prises en considération depuis longtemps dans la théorie économique standard mais c'est bien A. Marshall qui leur a donné une importance particulière, notamment pour analyser les dynamiques propres des DI. La notion est aussi indispensable aujourd'hui pour envisager les rendements croissants (increasing returns) en économie urbaine.

plastiques, etc. restent des produits "génériques" et confrontés au même marché que les produits fabriqués à la chaîne dans une logique fordiste.

Or, plus récemment, dans la production agro-alimentaire, on a pu observer la fracture qui s'élargit entre d'une part les espaces productifs, capables de jouer la concurrence internationale avec des compétitivités-prix croissantes et, d'autre part, les espaces moins bien dotés en facteurs (fertilité, rendement des terres, espaces de moyenne montagne, sous capitalisation des exploitations, etc.).

Pour ces derniers, il ne s'agit plus de combler les retards de compétitivité car ces écarts sont trop importants. Il faut aux producteurs implantés dans ces espaces, adopter une stratégie alternative ou bien disparaître. C'est notamment dans ce cadre que l'on assiste à une forte progression des produits qualifiés par leur origine, en particulier pour la France, les AOC ("Appellations d'Origine Contrôlée").

En effet, les producteurs incapables de suivre les performances de leurs concurrents les plus productifs ne peuvent trouver de salut qu'en se donnant des critères de qualité discriminants pour leur production. Au lieu d'être dans la spirale de baisse des prix où ils sont perdants, ils peuvent au contraire augmenter leurs prix car ils ont intégré dans leurs produits, une composante de qualité qui caractérise et différencie leur production des autres.

Cette stratégie se constitue sur un modèle antagoniste du modèle de production classique. Le critère de compétitivité (que l'on peut définir comme la capacité à gagner des parts de marché) n'est plus la productivité maximale comme dans le modèle de l'industrie fordiste où le travail doit être le plus intense possible pour obtenir des coûts de production les plus bas possibles.

Au contraire, ce qui caractérise ces productions est le fait que, d'une part, elles sont demandées et que, d'autre part, on ne peut les produire qu'en un seul endroit au monde. Le mécanisme d'élimination des autres possibilités est fondé sur la "qualité"⁸.

Cette qualité est complexe puisqu'elle recouvre deux acceptions différentes :

La première est une qualité "intrinsèque" c'est à dire qu'elle résulte du respect d'un cahier des charges dans la fabrication. Cette première définition n'inclut pas la provenance mais le savoir faire utilisé et les garanties qui y sont afférentes. On retrouve ce type de qualité dans les produits industriels issus des DI. Dans ce cas, ce sont les procédés longuement appris qui construisent cette qualité. Dans l'agro-alimentaire, le "Label Rouge" correspond à ce type de qualité et offre un écart significatif de qualité gustative par rapport aux produits similaires standards. Les conditions de production de ce niveau de qualité sont rigoureusement définies mais aussi la dimension territoriale n'est pas une condition de labellisation.

La seconde acception du terme est la qualité "comme signe". Elle est représentée par l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) dont les caractéristiques sont clairement ancrées spatialement. A. Mollard et M. Hirczak (2003) reprennent la définition du Conseil Economique et Social⁹ et définissent ainsi l'AOC : "Elle représente la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains". Au delà de cette définition officielle, ils poursuivent : "Le couplage entre typicité et territoire est donc

⁸ Chez les économistes de l'agriculture, cette question de la qualité fait l'objet d'un large débat depuis quelques années. On se référera à Ph. Lacombe (directeur d'ouvrage) : *L'agriculture à la recherche de ses futurs*, éditions de l'Aube, 184 pages. Cet ouvrage développe en particulier une partie qui fait le point sur la question de la qualité et du territoire dans l'agriculture française.

⁹ Voir : Conseil Economique et Social, "Qualité et origine des produits agricoles et alimentaires", rapport de G. Louis, séance des 13 et 14 mars 2001, éd. J.O., n°4, 210p.

central ici puisque cette appellation concerne un produit unique et original qui est ainsi non reproductible à un autre territoire et dont le cahier des charges est susceptible de varier dans le temps".

L. Bérard et Ph. Marchenay (1995) montrent bien sur la base des travaux de M. Augé (1992) et sur leurs observations constantes des genèses des produits de terroirs, que les productions standards de produits industriels ou agro-alimentaires peuvent engendrer une absence de référence spatiale. Le foisonnement de produits sans origine correspond à "une prolifération de "non lieux" par opposition à la notion sociologique de lieu associée par Mauss et toute une tradition ethnologique, à celle de culture localisée dans le temps et l'espace".

On retiendra de cet exemple empirique des productions agro-alimentaires sous signe de qualité que :

- Les produits peuvent **contenir en eux-mêmes** des caractéristiques culturelles qui les différencient des autres.
- Un **territoire peut être lui-même producteur** d'un ensemble de prestations de produits et de services qui dérivent directement d'un existant culturel ancien. A la valorisation des produits peut s'ajouter et s'ajoutera de plus en plus, la valorisation des patrimoines culturels.

Ces exemples empiriques, soit dans le domaine industriel soit dans les produits de terroir n'ont d'intérêt que dans la mesure où ils donnent à voir plus loin et plus large. Face au monde des productions indifférenciées qui représentent la partie émergée de l'iceberg de l'économie marchande et occupent la plupart des commentaires, observons et analysons cet essentiel de la production qui s'appuie sur un fondement culturel, il participe de la restructuration de nos économies au nord comme au sud.

Conclusion :

Au terme de notre exploration des évolutions des deux disciplines vis à vis de la variable culturelle, on peut établir quelques conclusions :

- ❑ Contrairement à ce que des critiques sommaires pourraient laisser à penser, **l'économie se pense de plus en plus comme culturelle** dans la mesure où la rationalité située qui se substitue à la rationalité substantielle est une "rationalité cognitive qui prend appui sur les éléments manifestes de l'environnement des acteurs" (A. Orléan 2002). Pour autant, l'économie culturelle peut ne pas être géographique si elle se contente d'analyser les réseaux sans imaginer leur ancrage territorial.
- ❑ Il y a donc une géographie économique culturelle qui ne recouvre pas tout le champ de l'économie mais qui coïncide avec la dynamique territoriale. Pour G. Di Méo (2001): "Le territoire pourrait constituer une sorte de catégorie sommitale des objets de la géographie sociale et culturelle" (souligné par nous).

Face au modèle dominant de la productivité qui suppose la convergence, une véritable géographie économique et culturelle oppose une dynamique de la divergence sur la base de la diversité culturelle.

La dynamique de l'industrialisation poussait à l'uniformisation. "Le client est libre de choisir la couleur de sa voiture pourvu qu'elle soit noire!" disait H. Ford en guise de boutade devenue métaphore de tout le système.

C'est cette uniformisation qui s'est fondamentalement brisée dans la crise des années 70. Depuis, la seule manière pour les territoires et leurs habitants de s'adapter à la dynamique de la globalisation est au contraire de diverger, d'être différent voire d'être unique.

On peut donc parler d'un *modèle de qualité* concurrent du *modèle de productivité* et dont les caractéristiques s'affirment comme différentes de la productivité en ce sens que les produits ne sont pas soumis à la contrainte des coûts les plus bas possible mais au contraire qu'ils peuvent se vendre à des prix élevés car dans l'image de qualité, il y a la culture de ceux qui l'ont produit.

La géographie culturelle chère à P. Claval (1995) émerge précisément à cette période de crise de l'uniformité qu'est la crise du fordisme. L'approche de la région comme "espace vécu" par A. Frémont (1972) date de ce moment.

P. Claval (1996)) donne à la géographie culturelle, trois idées directrices :

1. "La culture est une création collective et renouvelée des hommes. Elle les dote de codes qui leur permettent de s'adapter à des conditions changeantes et d'innover (...)
2. la culture fournit aux hommes les moyens de s'orienter, de découper l'espace et d'exploiter les milieux.
3. Les cultures varient dans le temps"

Pour ma part, j'interprète ces trois idées comme les définitions de base que l'on pourrait adopter concernant les territoires.

En définitive, la nouvelle géographie économique et culturelle qui pourrait (devrait) naître des évolutions du monde, n'est rien d'autre que l'analyse émergente de l'objet complexe qui regroupe sélectivement les hommes, les lie à un espace physique et engendre de l'innovation : **le territoire.**

BIBLIOGRAPHIE

1. **Augé M.** (1992) : Non-lieux, introduction d'une anthropologie de la surmodernité, Le Seuil, Paris.
2. **Bagnasco A. et Trigilia C.** (1993) : *La construction sociale du marché*, le défi de la 3^e Italie, ENS, Cachan
3. **Becattini G.** (1992) : Le district marshallien : une notion socio-économique, in G. Benko et A. Lipietz : Les régions qui gagnent, pp35-56.
4. **Bellandi M.** (2002) : Local development and embedded large firms, *Entrepreneurship and Regional Development*, n°13, pp. 189-210.
5. **Bérard L et Marchenay Ph.** (1995) : Lieux, temps et preuves : la construction sociale des produits de terroir, revue Terrain, n°24, pp. 153-164.
6. **Blaug M.** (1985) : La pensée économique, (5^e édition), Economica.
7. **Chanteau J. P.** (2001) : *L'entreprise nomade : localisation et mobilité des activités productives*, L'Harmattan, Paris, 236p.
8. **Claval P.** (1995/2003) : *géographie culturelle : une nouvelle approche des sociétés et des milieux*, Armand Colin, Paris, 287 p.
9. **Claval P.** (1996) : La géographie comme genre de vie : un itinéraire intellectuel, L'Harmattan, Paris, 142 pages.
10. **Colletis G. et Pecqueur B.** (1995) : *Le rôle des politiques technologiques locales dans la création de ressources spécifiques et d'avantages dynamiques de localisation*, in A. Rallet et A. Torre : *Economie industrielle et économie spatiale*, Economica.
11. **Di Maggio P.** (1994) : *Culture and Economy*, in N. Smelser et R. Swedberg : *the Handbook of Economic Sociology*, Princeton University Press, pp. 27-57.
12. **Di Méo G.** (2001) : *Géographie sociale et territoires*, Nathan Université, Paris, 317p.
13. **Eliade M.** (1965) : *Le sacré et le profane*, Gallimard, 186p.
14. **Frémont A.** (1976) : *La région, espace vécu*, PUF
15. **Ganne B.** (1991) : Les approches du local et des systèmes industriels locaux, *Sociologie du travail*, volume XXX, n°4, pp. 4-91.
16. **Geneau de la Marlière I. et Staszak J.F.** (2000) : La géographie économique (vérifier titre et éditeur)
17. **Gilly J.P. et Pecqueur B.** (2000) : *Régulation des territoires et dynamiques institutionnelles de proximité : le cas de Toulouse et des Baronnie*, in J.P. Gilly et A. Torre : *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan.
18. **Gilly J.P. et Torre A.** (2000) : *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan, 301 p.
19. **Hodgson G.** (2001) :
20. **Houssel J.P.** (1990) : L'industrie spontanée en Italie, *Annales de Géographie*, n°554, pp.420-440.
21. **Kolm S.C.** (1971) : *La bonne économie*, PUF, Paris.
22. **Lévi C.** (1996) : Le territoire, gisement de compétitivité, *Les Echos*, 10 septembre.
23. **Marshall A.**(1919) : *Industry and Trade*, Mac Millan, Londres;
24. **Moati Ph.** (2000) : *L'avenir de la grande distribution*, Odile Jacob.
25. **Mollard A. et Hirczak M.** (2003) : *Qualité des produits agricoles et qualité de l'environnement : des espaces convergents? L'exemple de la région Rhône-Alpes ;*

communication au 39^e colloque de l'ASRDLF (Association de Science Régionale de Langue Française), Lyon 1-3 septembre.

26. **Nussbauer J.** (2002) : *Le rôle de la culture et des institutions dans les débats sur le développement local : la contribution de l'école historique allemande*, Thèse d'économie, Université des Sciences et Technologies de Lille, 25 novembre.
27. **Orléan A.** (2002) : Le tournant cognitif en économie, *Revue d'Economie Politique*, n° 112, vol 5, pp. 717-738.
28. **Pecqueur B. et Zimmermann J.B.** (2003) : *L'économie de proximité*, Economica, à paraître.
29. **Perroux F.** (1967) : *Préface à C. Jessua : Coûts sociaux et coûts privés*, PUF, Paris.
30. **Rawls J.** (1971/1987) : *Théorie de la justice*, Le Seuil, Paris, 667 pages.
31. **Schelling T.** (1960/1980) : *Stratégie du conflit*, PUF, 312 pages.
32. **Simon H.** (1955) : A Behaviorial Model of Rational Choice, *Quarterly Journal of Economics*, vol 69.
33. **Smelzer N. and Swedberg R.** (1994) : *the Handbook of Economic Sociology*, Princeton University Press, 835 opages.
34. **Thrift N.** (2000) : *Pandora's box, Cultural Geography of Economies*, in **G.L. Clark, M.P. Feldman and S. Geitler** eds. : *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford University Press, pp. 689-704.
35. **Wackerman C.** (2002) : *Géographie régionale*, éditions Ellipses, 239 pages.
36. **Walliser B.** (2000) : *L'économie cognitive*, éditions O. Jacob, 258p.