

L'initiative des Fermes Ouvertes en Périgord, vers la construction d'un débat public en différé ?

Vincent BANOS

Ingénieur de recherche en Géographie,
IRSTEA, UR ADBX,
50 avenue de Verdun
33610 CESTAS
vincent.banos@irstea.fr

Jacqueline CANDAU

Chargée de recherche en Sociologie,
IRSTEA, UR ADBX,
50 avenue de Verdun
33610 CESTAS
jacqueline.candau@irstea.fr

Résumé

Depuis les années 1990, certains travaux suggèrent l'idée selon laquelle la transformation des campagnes et la préoccupation de tout un chacun pour leurs devenir favoriseraient l'émergence de nouveaux espaces publics. En analysant un projet d'éleveurs périgordins décidés à ouvrir leurs exploitations à un public diversifié afin de répondre au malaise suscité par la crise de l'Encéphalopathie Spongiforme Bovine (ESB), cet article contribue à caractériser ces nouvelles formes de discussions publiques. La description du cheminement institutionnel du réseau de Fermes Ouvertes en Périgord, de ses objectifs initiaux à son élévation au rang de « modèle pour l'Aquitaine » en passant par son inscription dans un département patrimonialisé ainsi que la présentation des publics concernés et des termes du débat conduisent les auteurs à défendre l'hypothèse que ce qui se joue dans le cas précis de ces visites participerait de la construction d'un « débat public en différé ».

Mots-clés : débat public, ruralité, visites de fermes, Dordogne, ESB

Abstract

Since the 1990s, some research suggests that the transformation of rural areas and the concern of anyone regarding her future allow the emergence of new public spaces. This work aims to contribute to the characterization of these new forms of public debates. It relies on an analysis of the perigordin breeders' project to open their farms in order to answer controversies linked to the Bovine Spongiform Encephalopathy (BSE) crisis. We describe the institutional progression of this farmer network, from its initial objectives to its rise as a "model for the Aquitaine Region" and the way it may be promoted by a territory which emphasizes farming heritage and agritourism. Then, we propose the results of a survey on visitors and report the discussions issues that may arise between them and farmers. This investigation leads us to conclude that these farm visits are one step of a public debate divided into several separate sequencing phases.

Keywords: public spaces, rurality, farms visits, Dordogne, BSE

Malgré une recomposition sociale et une diversification fonctionnelle amorcée depuis la fin des années 1970, l'idéal du rural comme lieu privilégié du lien social demeure un mythe persistant (Banos *et al.*, 2009). Bien qu'elles se nourrissent de cet imaginaire, les nouvelles ruralités ne sauraient pourtant ressusciter le microcosme villageois. Au contraire, dans le sillage des mobilités qui rendent nos rapports aux lieux plus labiles,

elles mettent à mal les liens sociaux « villageois » fondés sur la superposition des espaces de travail, de résidence et de sociabilités. Face à ces campagnes en mouvement, l'enjeu consiste donc bien à comprendre à partir de quels projets mais aussi avec quelles limites, les individus tissent et entretiennent des relations sociales pour relier leurs formes plurielles d'appartenance au milieu rural (Sencébé, 2011).

Plusieurs travaux s'attachant à l'étude de ces nouvelles modalités du « vivre-ensemble » dans les campagnes ont souligné l'apparition d'une « urbanité rurale » définie comme la constitution d'une culture de territoire et de chartes (Pouille et Gorgeu, 1997). Mais si cette conceptualisation permet de saisir l'émergence de communautés d'appartenance et les processus de concertation liés aux projets de territoire, elle laisse souvent dans l'ombre ce qui se joue dans les pratiques ordinaires. Afin de rendre une visibilité à cette dimension du « vivre-ensemble », l'idée selon laquelle la transformation des campagnes et l'émergence d'un droit de regard de la société sur leurs devenir généreraient de nouveaux espaces publics paraît plus adaptée (Micoud, 2001). De fait, malgré les critiques liées à sa dimension normative et les doutes quant à sa réalité historique, l'espace public demeure un idéal de nos démocraties modernes et un concept qui fait sens par sa capacité à représenter l'enjeu de la construction politique de la coexistence des pluralités (Arendt, 1961). Dans des sociétés où la différenciation sociale ne permet plus de se représenter une autorégulation fondée sur l'intervention d'un Léviathan dominateur, l'espace public est cet espace unique, cadré et défini qui autorise à penser l'élaboration d'un jugement collectif par des individus engagés dans une discussion à plusieurs voix (Habermas, 1989). A. Micoud (2001) en voit notamment la trace dans les parcs, réserves et autres espaces naturels dont la gestion patrimoniale tendrait à imposer un partage progressif de l'espace rural en incitant chaque groupe d'acteurs à discuter des objets à partir de l'usage qu'il en fait. L'analyse de ces nouveaux théâtres est particulièrement stimulante car elle montre bien comment la figure, très urbaine, de l'espace public déborde désormais les lieux prévus à cet effet et peut s'adapter aux conditions actuelles d'organisation et de fonctionnement des espaces ruraux. Notre réflexion, amorcée il y a quelques années (Banos et Candau, 2006) et poursuivie ici, prolonge le travail entamé par A. Micoud puisque nous cherchons à décrire et à caractériser la diversité des formes de discussions publiques où se déploie désormais le devenir des campagnes : Quelles en sont les modalités spatiales

et institutionnelles? Qui sont les publics concernés? Quels sont les termes et les enjeux des débats? L'objectif de cet article est de contribuer à ce questionnement en étudiant plus spécifiquement un projet relativement novateur de visites d'exploitations agricoles porté par un collectif d'éleveurs du Périgord vert.

Partant du principe que si l'agriculture ne fait plus le rural, elle reste un analyseur particulièrement pertinent pour saisir les enjeux sociaux et politiques des campagnes, comme le laissent penser ces situations de visites qui mettent face-à-face des agriculteurs volontaires et un public intéressé pour discuter des modes de production agricole. Plutôt que d'alerter les pouvoirs publics pour répondre aux récits médiatiques et aux controverses liées à la crise de l'Encéphalopathie Spongiforme Bovine (ESB), plusieurs éleveurs du Périgord Vert décidèrent d'organiser de telles visites afin de présenter eux-mêmes le type d'élevage qu'ils mènent. L'accompagnement institutionnel de cette initiative volontariste, tant par les organisations agricoles que territoriales, a progressivement permis d'étendre ce projet « pilote » à l'ensemble du département et de tisser des liens avec d'autres collectifs aux niveaux national et européen tout en laissant planer un doute sur la capacité d'un tel projet novateur à se pérenniser à ces échelles d'action. Nous ferons l'hypothèse que ces visites de fermes offrent une forme originale de discussion publique et, qu'en tant que telle, elles participent à la redéfinition continue de la ruralité au sens de la coexistence d'usages différenciés dont dépend notamment la sociabilité entre résidents qui, pour certains d'entre eux, ont un rapport professionnel à l'espace. En s'appuyant sur une enquête par observations, entretiens et questionnaires réalisée entre 2005 et 2011¹, cet article se propose donc dans un premier temps, de présenter le cheminement du réseau des Fermes Ouvertes en Périgord, de ses objectifs initiaux à son élévation au rang de « modèle pour l'Aquitaine », avant, dans un second temps, de décortiquer le déroulement des visites et les échanges construits, ce qui nous amènera finalement à discuter l'idée selon laquelle ces visites participeraient de la construction d'un « débat public en différé ».

¹ Précisons cependant que si les observations et entretiens ont couvert l'ensemble de la période (avec une suspension en 2009 et 2010), les questionnaires auprès des visiteurs ont porté uniquement sur deux saisons (2005 et 2006).

1. UNE INITIATIVE LOCALE RÉVÉLATRICE DE LA GLOBALISATION DES CAMPAGNES

L'agriculture était avant tout discutée en référence au progrès technique à l'époque où les espaces ruraux lui étaient dévolus (années 1960-1970). Elle est l'objet de débats et controverses au nom de la préservation des ressources naturelles ou de la santé humaine aujourd'hui où les campagnes sont mises en désir et où la sécurité alimentaire rime, dans nos pays occidentaux, avec sécurité sanitaire des biens remplissant nos assiettes. Comme ce fut le cas avec la crise de la « vache folle » à la fin des années 1990, ces débats et controverses se déploient souvent dans des espaces publics structurés par les médias (1.1.) démontrant ainsi que les territoires ruraux ne sauraient être circonscrits à des enjeux locaux mais constituent plutôt des espaces singuliers situés à l'intersection de différentes lignes de force et d'énonciation (Mormont, 2009). Ces débats et controverses interpellent tout citoyen, consommateur, résident ou agriculteur et peuvent alors se rejouer dans des situations de coprésence où priment les relations interpersonnelles. L'intérêt des visites de fermes proposées par les agriculteurs du nord de la Dordogne est qu'elles articulent potentiellement ces deux échelles de temps et d'espace puisque l'organisation de rencontres in situ fut conçue en réaction au récit médiatique (1.2.) en se distinguant fortement des activités agritouristiques, nombreuses dans ce département patrimonialisé (1.3.).

1.1. La « vache folle » contamine la vieille Europe et révèle des modes d'élevage peu connus

On s'en souvient, l'épizootie de l'ESB a déconcerté et préoccupé un large public à partir du moment où les médias ont évoqué la possibilité de sa transmission à l'homme. Nous sommes en mars 1996, deux jeunes Britanniques viennent de mourir d'une maladie ressemblant à la maladie de Creutzfeld-Jakob que l'on soupçonne être en lien avec l'ESB. Il est démontré plus tard que la transmission se fait par la consommation de viande ou de tissus issus d'animaux contaminés. La première crise de la « vache folle » débute ainsi en tant que crise de sécurité sanitaire, même si

l'apparition de la maladie chez quelques bovins avait été diagnostiquée dès 1985 en Grande-Bretagne. Mais dans cet intervalle de temps, les mesures prises restent cantonnées au domaine agricole : abattage obligatoire des animaux suspects, importation sélective des bovins britanniques et surtout interdiction progressive d'intégrer dans l'alimentation des ruminants des farines animales, identifiées comme l'agent contaminant. La seconde crise éclate en France en 2000 suite à plusieurs événements : en octobre, un bovin suspect est saisi à l'entrée d'un abattoir et l'enseigne Carrefour est obligée de rappeler tous les lots de viande issus du même troupeau ; le 14 décembre, l'hebdomadaire *Nature* publie une étude britannique estimant que 7 300 animaux contaminés par l'ESB seraient entrés dans la chaîne alimentaire en France depuis 1987.

Dans leur traitement de l'ESB, les médias s'adressent en priorité au consommateur « quelque peu obsédé par sa santé » (Moirand, 1997 : 38)². Ils dramatisent leur récit en convoquant les morts, en premier lieu les victimes qui « connaissent une célébrité posthume puisque la presse a publié leurs photos et des témoignages de leurs proches » (Peretti-Watel, 2001 : 10). Somme toute assez peu nombreuses, ces victimes réelles côtoient les victimes à venir estimées, elles, à « plusieurs milliers » (*op. cit.* : 11) bien que dénombrées avec difficulté car la période d'incubation de la maladie dure plusieurs années. Elles côtoient aussi les éleveurs suicidaires suite à l'abattage de leur troupeau. Elles côtoient enfin les victimes animales, soit plusieurs millions de têtes de bétail, car les médias ont souvent traité dans les mêmes articles l'ESB et la nouvelle variante de maladie de Creutzfeld-Jakob. Ces morts réels ou potentiels, humains et animaux, sont avant tout britanniques, mais traversent les frontières de l'Europe occidentale, puis les océans.

« La presse peut la plupart du temps ne pas réussir à dire aux gens quoi penser, mais elle est incroyablement efficace lorsqu'il s'agit de leur dire à quoi penser » (Cohen, 2002). Malgré les inexactitudes relayées par certains articles ou émissions, pour partie venant des incertitudes scientifiques (la nature de l'agent infectieux,

² Voici quelques grands titres de magazines (Mer, 2004) : « Alimentation : tous les dangers cachés » (*L'Événement*, avril 1996), « Alerte à la bouffe folle » (*Le Nouvel Observateur*, avril 1996), « Peut-on encore manger de la viande ? » (*60 millions de consommateurs*, mai, 1996), « Jusqu'où ira le poison anglais ? » (*La Vie*, juin 1996).

le fameux prion par exemple), et « la foule d'informations tout à la fois disparates, discordantes, indécises et labiles » (Peretti-Watel, 2001 : 12), les consommateurs ont pu découvrir que la viande de bœuf était bien souvent de la viande de vache, voire de vieilles vaches (laitières réformées), et surtout que ces ruminants se nourrissaient peu d'herbe et ingéraient des aliments composés partiellement de farines d'os et de tissus animaux. Ces farines « recycloient » le prion depuis 1981, date à laquelle les déchets animaux servant à leur fabrication n'étaient plus traités à très haute température et avec de puissants solvants pour des raisons financières. Les consommateurs ont également découvert que les tissus de bovins entraient dans la préparation d'une multitude de produits de consommation courante (cosmétiques, gélatine...) et de médicaments (gélules, produits anesthésiants). Ce risque sanitaire s'est donc avéré invisible et menaçant à grande échelle, la maladie se transmettant par un acte d'apparence anodin : la consommation de viande bovine et de produits communs.

Outre sa dimension politique à l'échelle de l'Union européenne, la crise de la vache folle a été une crise économique (les achats de viande bovine ont chuté de 20 % à 30 % sur les trois mois suivant la couverture médiatique³) qui témoigne de la crise de confiance des consommateurs. Les différents acteurs de la filière et les pouvoirs publics ont pris diverses initiatives pour l'enrayer en renforçant notamment les dispositifs de traçabilité. La traçabilité articule processus industriels et processus de marché en opérant un double travail de qualification technique des produits (portée sur l'étiquette) et d'organisation collective associant production agricole, industrielle et distribution (Granjou, 2004). Elle confère à la viande bovine un statut de « bien d'origine », c'est-à-dire « un bien pour lequel la qualité perçue par les consommateurs passe par une connaissance de l'activité de production » (Ruffieux et Valceschini, 1996). Cette crise de confiance revêt donc une dimension éthique et civique qui questionne l'industrie agro-alimentaire, les politiques publiques de l'alimentation et interpelle l'activité agricole : « Cette agriculture est "monstrueuse", "contre-nature".

Elle recycle de la viande contaminée pour nourrir des bovins, transformant ces paisibles ruminants en "cannibales" » (Peretti-Watel, 2001 : 13). La figure de l'éleveur ainsi brossée n'a pas laissé indifférents les éleveurs périgordins qui ne se sont pas investis dans des initiatives commerciales, mais dans les discours sur les pratiques agricoles adressés aux citoyens-consommateurs.

1.2. Les éleveurs du Périgord vert ouvrent un espace de discussion novateur

Les agriculteurs du nord-est de la Dordogne ne se sont pas reconnus en ces systèmes d'élevage instamment présentés dans les discours médiatiques. Ces derniers ont montré des troupeaux parqués en stabulation où chaque vache laitière porte un collier magnétique qui lui délivre, selon le stade de sa lactation, une ration d'aliments constitués en partie de granulés contenant des farines animales. Aucun autre système d'élevage n'était évoqué. Or, le nord-est de la Dordogne est une région d'élevage basé sur l'exploitation des prairies. Cette région vallonnée appelée Périgord vert en raison de l'alternance de forêts et de surfaces en herbe donnant un aspect bocager, fait partie du Limousin et s'appuie sur les contreforts du Massif Central. L'élevage de bovins à viande de race limousine, dominant, voisine des élevages ovins moins nombreux (à viande également), quelques élevages laitiers à quoi il faut ajouter des productions spécialisées (golden du Limousin, noix, châtaignes...), minoritaires d'un point de vue foncier, mais non négligeables d'un point de vue financier. Les systèmes productifs sont dits extensifs (peu d'animaux par hectare) et basés sur l'exploitation des prairies (pâturage et foin) puisque la surface fourragère représente 71 % de la surface agricole utilisée (SAU) à laquelle peut être associée du maïs. À l'époque de la première crise de l'ESB, les deux-tiers des exploitations comptaient moins de 30 ha (hors forêt) et 20 vaches allaitantes, et la plupart étaient familiales. Les produits diversifiés avaient (et ont toujours) une destination bouchère (sauf les reproducteurs) vendus sous un des nombreux labels ou marques de qualité : « Le veau sous la mère », « Limousin junior », « Bœuf Limousin », « Blason prestige », « Primalim », etc.

³ Source : Lesdos-Cauhapé et Besson, 2007.

Ce créneau qualité n'a pas prémuni les éleveurs périgordins de la mévente lors de la seconde crise de la vache folle en 2001⁴. La conseillère agricole du secteur (et éleveuse) rapporte en ces termes les propos tenus par l'un d'eux en 2003 : « On a su améliorer les techniques, l'interprofession a fait beaucoup d'information sur les produits, mais pas sur l'agriculture en général. On s'est fait berner » (entretien 2011). « Terrorisés par le matraquage médiatique » dit la même informatrice, ils décident collectivement de chercher un moyen leur permettant de faire connaître leurs modes de production. C'est ainsi que les « visites de fermes en Périgord vert » sont nées, à l'initiative de plusieurs éleveurs responsables professionnels locaux actifs au sein du réseau de développement coordonné par la chambre d'agriculture.

Ils n'envisagent pas de solliciter les médias, fussent-ils locaux ou régionaux, mais d'ouvrir leurs exploitations à des non-agriculteurs en pro-

posant à toute personne intéressée – habitant ou visiteurs – de se rendre à une visite organisée par des agriculteurs volontaires. Le principe des « fermes ouvertes » – présenter les modes de production sur une exploitation, par l'agriculteur – n'est pas nouveau. Durant les années de modernisation agricole, elles étaient adressées aux autres agriculteurs pour « diffuser » le progrès technique. Puis le public visé a changé depuis qu'elles accompagnent le développement de l'agritourisme et de la vente directe et sont, à ce titre, très nombreuses aujourd'hui. Les éleveurs du Périgord vert, constitués en association loi 1901 nommée *Réseau de Fermes Ouvertes en Périgord vert* depuis 2004, s'en distinguent cependant puisque leur premier objectif vise, non la promotion d'un produit, mais la visibilité de « leurs façons de travailler » et plus largement de leur métier ainsi que le précise l'article 1 de leur charte (cf. encadré ci-après).

Charte du Réseau de Fermes Ouvertes en Périgord (version du 26 janvier 2004)

- **Article 1 :** Le premier objectif du réseau des Fermes Ouvertes est de communiquer sur le métier d'agriculteur et sur ses missions, c'est à dire :
 - ➔ Garantir une alimentation avec des produits de qualité et entretenir pour transmettre un patrimoine aux générations futures.
- **Article 2 :** le deuxième objectif est de pérenniser cette communication en maintenant le réseau des Fermes Ouvertes. Ce dernier vivra grâce à des financements publics et la recherche de partenariats voire une participation financière des visiteurs aux fins de visite.
- **Article 3 :** Le métier d'agriculteur et ses missions s'entendent de façon suivante :
 - ➔ Le sens du métier s'articule autour de deux points : le travail avec la nature et l'autonomie. Le travail avec la nature comprend la maîtrise du paysage et la bonne gestion de la terre en tenant compte du rythme des saisons. L'autonomie comprend la gestion du temps, la liberté d'élaborer des stratégies professionnelles et financières et la proximité du lieu de travail.
 - ➔ La mission de garantir une alimentation avec des produits de qualité, c'est faire connaître la chaîne alimentaire de la production jusqu'à la consommation, faire connaître notre façon de travailler, produire pour tous et avoir l'envie de produire.
 - ➔ La mission d'entretenir pour transmettre un patrimoine aux générations futures, c'est respecter l'environnement et le faire respecter en expliquant les nuisances de certains actes en faisant de son exploitation un cadre de vie agréable qui donne envie d'y travailler.
- **Article 4 :** Les agriculteurs qui pratiquent la vente directe peuvent faire partie du réseau mais la vente directe n'est pas à privilégier lors des visites.

⁴ Comme la plupart des produits allaitants, même si la vente de produits sous labels a mieux résisté (Lesdos-Cauhapé et Besson, 2007).

- **Article 5 :** Faire de son exploitation un cadre de vie agréable pour donner l'envie d'y venir, sans oublier que c'est avant tout un lieu de travail dont l'objet est de faire vivre une famille.
- **Article 6 :** Le système d'exploitation doit refléter l'harmonie entre la production et le respect de l'environnement.
- **Article 7 :** Respecter le protocole de visite établi par le réseau des Fermes Ouvertes.
- **Article 8 :** Être capable de situer son exploitation et ses productions dans le contexte régional, national et mondial.
- **Article 9 :** S'engager à suivre une journée de formation avant de recevoir des visiteurs sur son exploitation, dans un délai de 1 an suivant l'adhésion. S'engager à suivre d'autres formations ayant trait à la communication ou pouvant aider à mieux recevoir sur son exploitation.
- **Article 10 :** Accepter de faire au minimum 2 fois par an des actions concrètes qui serviront à la promotion du réseau : visite de touristes, voisins, etc. sur son exploitation ou action de promotion du réseau dans un autre cadre que son exploitation (médias, salons, voyages...).
- **Article 11 :** L'animateur du réseau centralise les demandes de visite et assure une bonne répartition des visites pour permettre une sollicitation équitable de tous les adhérents à cette charte.

Afin d'affirmer résolument cet objectif pédagogique, ils tentent d'écarter la dimension marchande : les visites sont gratuites et la vente de produits n'est pas encouragée, sans toutefois être interdite (cette question fait débat, nous y reviendrons) comme on peut le lire dans l'article 4 de la charte. L'originalité de cette initiative, au regard de ces objectifs initiaux, tient aux échanges directs entre agriculteurs et non-agriculteurs à propos des modes de production. Elle offre un espace de discussion entre producteurs et consommateurs concernant les biens alimentaires d'origine sans faire de la vente le support des échanges qui doivent dès lors se centrer sur les valeurs et choix dont l'enjeu se situe donc sur le mode de la civilité, entre concitoyens.

Si l'initiative du réseau des Fermes Ouvertes a pris son envol dans cette zone d'élevage qu'est le Périgord vert, elle ne peut être déconnectée des différents contextes territoriaux et sectoriels dans lesquels elle s'inscrit au cours de son cheminement ; ce cadrage institutionnel multiple constituant un ensemble de ressources et de contraintes pour l'action menée. Le réseau des Fermes Ouvertes ne saurait, par exemple, ignorer l'attractivité et plus généralement les effets induits par l'emprise particulièrement prégnante en Dordogne des processus de requalification patrimoniale reposant sur la mise

en collection et la mise en scène d'un grand nombre d'objets et de savoir-faire, notamment ceux issus de la culture paysanne (Banos, 2008).

1.3. Exister dans un département patrimonialisé et marqué par l'agritourisme

Longtemps délaissé, le Périgord est devenu un territoire exemplaire des nouvelles ruralités qui désigneraient désormais davantage les qualités d'un espace qu'un mode de vie, qu'une organisation sociale ou un type d'activité (Mormont, 2009). Ici plus qu'ailleurs, la surabondance des sites et la qualité des patrimoines, conjuguées à l'efficacité des actions publiques, et dans une moindre mesure privées, ont permis de transformer des handicaps structurels et des images négatives en atouts de développement et en valeurs sûres, porteuses d'avenir (Velasco-Graciet, 2006). Cette requalification patrimoniale incite notamment un certain nombre d'exploitants à se spécialiser dans des productions de qualité ou à diversifier leurs activités avec l'agritourisme. De fait, l'agriculture occupe une place centrale dans la renommée du département ; mais elle est alors souvent réduite à une mise en scène de « l'agricolité » c'est-à-dire à des produits emblématiques, des paysages, des ambiances et des valeurs idéelles déconnectés de la réalité des exploitations et des techniques de production (Lescureux, 2003 ; Banos 2008).

Le caractère non-marchand des visites et l'exclusion de tout acte de commercialisation, comme principes fondateurs du réseau des Fermes Ouvertes, sont indissociables de ces nouveaux référentiels territoriaux (Banos, 2008). Mais portées par quelques pionniers, ces règles de fonctionnement ne furent jamais approuvées par l'ensemble des adhérents. Ce positionnement radical apparaissait difficilement compatible avec la quête de reconnaissance institutionnelle du réseau. Au final, le résultat adopté dans la charte, à savoir que les visites sont gratuites mais que les pratiques de vente directe sont tolérées, apparaît comme un compromis. Il permet, selon la responsable du réseau, de renouveler et de donner de l'ampleur au projet sans pour autant remettre en question les idéaux initiaux puisque le réseau ne communique jamais sur cette possibilité de vente directe et demande expressément à ses membres d'organiser les visites autour des ateliers de la ferme et non de sa boutique. De fait, ni cette marge de manœuvre laissée aux adhérents, ni la dimension désormais départementale du réseau, ne se sont traduites par une modification substantielle du profil des exploitations. Sur les 48 visites organisées en 2010, 27 concernaient des élevages bovins contre seulement 7 pour des palmipèdes gras, 3 pour des fraises et une exploitation viticole. La présence d'une exploitation céréalière et de 10 élevages de vaches laitières apparaît comme un signe supplémentaire de la singularité persistante du réseau, tant ces productions, souvent jugées peu en adéquation avec l'identité territoriale promue, demeurent souvent à l'écart de ce type d'animation. Quant à la dimension technique et la finalité pédagogique des visites, elles semblent également perdurer :

« Sylvie et son associé Mickaël vous accueillent dans leur élevage de 60 vaches laitières Primholstein qui produisent 489 000 l de lait/an, et leurs 55 génisses. Vous découvrirez leur passion pour la génétique (...) Après avoir vu tous les équipements de la ferme, un verre de lait, vous sera offert » (Extrait du programme 2010 du réseau des Fermes Ouvertes en Périgord)

L'arrivée de nouveaux adhérents ayant « l'habitude d'accueillir » a cependant donné lieu à quelques innovations dans l'animation des visites, celles-ci pouvant se trouver agrémentées de repas, de pique-niques, voire de spectacles. En créant ces festivités, l'objectif est d'attirer un nombre plus important de personnes. L'idée d'associer les visites de fermes à des randonnées ou des excursions organisées par les offices de tourisme s'inscrit dans la même optique. Même si ces initiatives sont susceptibles de banaliser l'animation proposée, en la noyant dans des mises en scène plus festives et pittoresques, et de porter atteinte au bon déroulement des visites en obligeant les exploitants à gérer des groupes trop importants, elles sont paradoxalement encouragées par les animateurs qui y voient une manière efficace de consolider la visibilité de ce réseau d'agriculteurs. Cette démarche ambiguë s'explique en partie par la fragilité d'un projet innovant qui, porté par une antenne décentralisée de la chambre d'agriculture et non un service départemental, peine à trouver sa place au sein des référentiels institutionnels dominants, tant territorial que sectoriel.

De fait, une des premières actions fut d'inscrire le réseau dans la campagne de communication coordonnée par la chambre d'agriculture de la région Aquitaine « *Agriculteurs d'Aquitaine, créateurs par nature* » dont les principaux slogans étaient « *Vous avez toutes les raisons d'être fiers de votre métier* » et « *La meilleure des communications, c'est vous tous les jours* »⁵. De même, les financements attribués par le projet européen Leader + dans le cadre d'un volet territorial orienté vers l'intégration professionnelle et sociale des jeunes et des femmes en milieu rural⁶, furent d'abord mobilisés pour créer des signalétiques, acquérir du matériel d'exposition, éditer des supports de communication (affiches, dépliants et annonces publicitaires), mais aussi financer des formations afin de cadrer le discours des agriculteurs et agricultrices qui mènent seuls les visites sur leurs exploitations. Il fut donc fait appel à un spécialiste de la communication pour

⁵ Lettre d'information de la chambre régionale d'agriculture d'Aquitaine, numéro 32, octobre 2004.

⁶ Dans ce type d'animation, comme dans l'accueil à la ferme en général, les femmes jouent souvent un rôle moteur tant dans la gestion du projet que dans la rencontre avec le public (Giraud, 2001). Mais dans le cas du réseau des Fermes Ouvertes en Périgord, l'impulsion initiale était mixte et les hommes participent souvent aux visites. Ainsi, si le projet parle d'une « *démarche collective de femmes* » et qu'il ne mentionne jamais leurs homologues masculins, c'est essentiellement pour répondre aux cadres normatifs de l'Union européenne qui font de l'intégration des femmes en milieu rural un problème légitime.

accompagner la réflexion du réseau et élaborer un protocole de visite. Conformément à cette logique, la charte stipule que tout nouveau membre s'engage à suivre une journée de formation avant de recevoir des visiteurs (Article 8). Cependant, si la tentation d'homogénéiser les discours pour diffuser une image contrôlée de l'activité agricole est bien présente, ces journées de formation servent d'abord à échanger entre membres afin de maintenir une identité collective et des objectifs communs. D'ailleurs, le protocole de visite n'est pas très directif car s'il est effectivement demandé aux exploitants de se présenter de façon « *enthousiaste et avec fierté* », il indique surtout les principaux points à aborder lors de la visite (ie : missions de l'agriculture, organisation du travail, processus de production et de transformation).

De manière générale, le réseau des Fermes Ouvertes en Périgord s'ajuste à différents référentiels normatifs au gré de son cheminement vers une reconnaissance incertaine. L'histoire de la signalétique du réseau témoigne de cette adaptation permanente puisque les premiers panneaux placés à l'entrée des fermes proposaient

une iconographie relevant de « l'agricolité » promue par les territoires périgourdins (figure 1). On y voit, de l'arrière au premier plan, une chaumière traditionnelle propre et rutilante, une clôture en bois, quelques bottes de foin, une brebis et son agneau, une vache et son veau couché à proximité d'une eau cristalline, le tout dans un cadre verdoyant et fleuri qui doit sans doute faire référence au Périgord vert et à « l'orientation écologique » du réseau. Le logo utilisé à partir de 2010 révèle un tout autre univers symbolique avec des pictogrammes (tracteurs, arbres fruitiers, étoiles...) davantage en adéquation avec les référentiels sectoriels et la nouvelle inscription européenne du réseau. L'évolution du nom reflète également cette trajectoire puisqu'il est passé de « Fermes Ouvertes en Périgord vert » à « Fermes Ouvertes en Périgord » avant de devenir « Fenêtre sur Fermes » afin d'être « *davantage ouvert sur le monde* » selon la coordinatrice du réseau, en l'occurrence l'Europe, comme l'indique l'intitulé de la charte élaborée en 2010 : « *Charte du réseau européen des Fermes Ouvertes : 'Fenêtre sur fermes'* »

Figure 1 : D'une iconographie à l'autre, le cheminement incertain d'un projet pilote

Illustration à partir de 2003



Photo : V. Banos, 2005.

Logo à partir de 2010



Source : Fermes ouvertes en Périgord, 2010.

Les liens établis avec le réseau d'agriculteurs « *Couleurs de Fermes* », qui organise aussi des visites de fermes en Ille-et-Vilaine, et une coopérative grecque de la région du Pélion (dimension européenne du programme européen *Leader +* oblige) illustrent également ce tâtonnement au milieu d'un tissu normatif hétéroclite. En effet, si dans le premier cas, l'objectif était de procéder à des échanges d'expériences et de mettre en place des actions communes autour des visites, la seconde coopération a été plus hasardeuse et rapidement arrêtée car les interlocutrices grecques n'étaient pas agricultrices. Leur lien avec l'activité agricole tenait à leur volonté de valoriser les productions locales par la fabrication de conserves. Ainsi, les échanges ont pour l'essentiel porté sur des recettes de cuisine. Si les agriculteurs périgordins et la coordinatrice du réseau sont attachés à aller voir ce qui se fait ailleurs (notamment d'un point de vue technique), le choix de cette coopérative grecque montre bien, en revanche, leur réelle difficulté à trouver des collectifs similaires pour construire des partenariats viables et pérenniser la dynamique à d'autres échelles, et ce d'autant plus que le réseau « *Couleurs de Fermes* » est actuellement arrêté, faute de soutien institutionnel. Ce cheminement délicat témoigne de l'extrême fragilité du réseau des Fermes Ouvertes en Périgord. Mais on peut également penser que c'est aussi ce cadrage institutionnel particulièrement mouvant qui lui permet de continuer à construire son projet innovant en puisant dans divers référentiels sans pour autant s'y laisser enfermer, qu'il s'agisse des requalifications patrimoniales promues par les territoires du département, des approches technique et communicationnelle défendues par les institutions agricoles ou du développement rural à dimension environnementale, sociale et culturelle souhaitée par l'Europe. Mais à l'aube d'un éventuel développement régional de ce projet « pilote » désormais érigé en modèle pour l'Aquitaine⁷, le défi reste entier.

2. DEVANCER LES SUJETS CONTROVERSÉS

Même si le spectre de l'ESB s'est éloigné et même si la reconnaissance institutionnelle du réseau demeure fragile et ambiguë, les éleveurs conservent la volonté d'expliquer directement aux consommateurs comment ils élèvent leurs troupeaux. Comment cette tension se traduit-elle dans le déroulement des visites et les échanges avec le public ? Après avoir présenté le profil des visiteurs en nous appuyant sur une enquête par questionnaire⁸ menée en 2005 et 2006 (Banos, 2008), nous décrivons ce qui se joue entre agriculteurs et visiteurs au cœur des exploitations en mobilisant des données d'observation. Cela nous amènera dans un troisième temps à discuter l'idée selon laquelle la tension entre communication et inventivité *in situ* qui prévaut lors des échanges directs entre agriculteurs et visiteurs permet de devancer les sujets controversés.

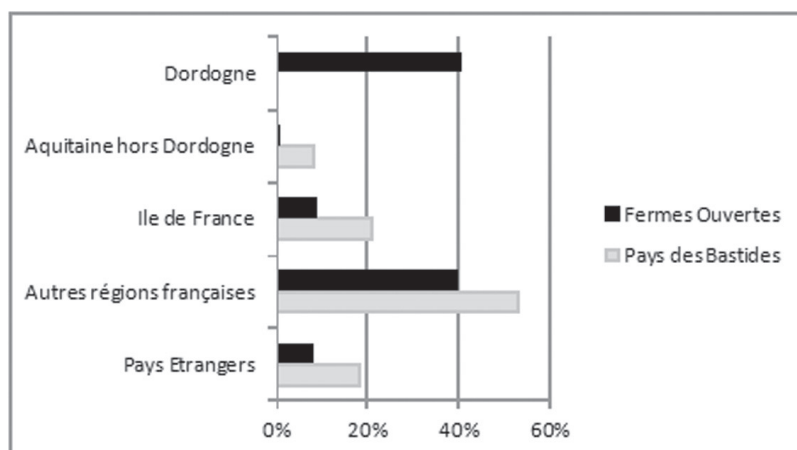
2.1. Un public diversifié marqué par l'importante présence de Périgordins

L'objectif des organisateurs du réseau des Fermes Ouvertes est d'avoir un public le plus diversifié possible tout en ciblant de manière prioritaire les « urbains », considérés comme les moins informés du métier d'agriculteur et ses pratiques. Suivant ce principe, les visites sont organisées préférentiellement l'été, de juin à la mi-septembre, afin de capter les estivants. Pourtant, l'enquête menée en 2005 et 2006, montre qu'un peu plus de 40 % des visiteurs sont domiciliés en Dordogne (figure 2). Ce chiffre est particulièrement étonnant non seulement en raison du caractère saisonnier des visites mais également parce qu'il contraste fortement avec les résultats de l'enquête réalisée en parallèle auprès des visiteurs participant au circuit de fermes ouvertes organisée par l'office de tourisme du pays des Bastides. En effet, ceux-ci révèlent l'absence totale de résidents périgordins, mais en revanche, une présence plus importante de personnes habitant en Île-de-France ou à l'étranger (majoritairement des ressortissants belges).

⁷ <http://www.europe-en-aquitaine.eu/l-europe-au-coeur-du-reseau-des-fermes-ouvertes-des-agricultrices-du-perigord-vert>

⁸ Cette enquête a concerné le réseau des Fermes Ouvertes en Périgord vert, mais également, pour avoir des éléments de comparaison, un circuit de fermes ouvertes organisé par un office de tourisme à l'échelle du pays des Bastides (sud Dordogne). Grâce au concours des organisateurs, un questionnaire fut distribué à chaque groupe de visiteurs lors de leur arrivée sur les exploitations ou à chacune des voitures pour les visites qui proposaient une excursion entre plusieurs sites. Parmi les 297 enquêtes auto-administrées et retournées, une vingtaine n'a pas pu être traitée. Ces résultats représentent un taux de réponse d'environ 64 % pour l'office du tourisme du pays des Bastides et de 73 % pour le réseau des Fermes Ouvertes en Périgord vert.

Figure 2 : Origine géographique du public de deux animations devisites de fermes en Dordogne (2005 et 2006)

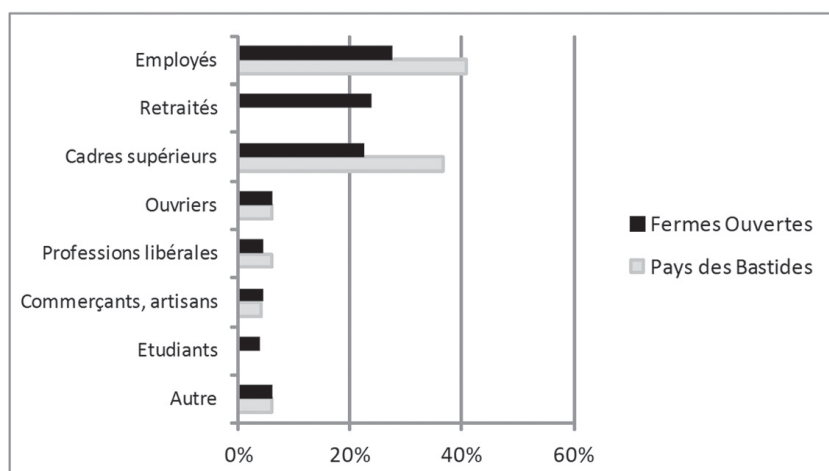


Source : V. Banos, 2008.

La présence d'un public plus diversifié aux visites organisées par les Fermes Ouvertes en Périgord se confirme également avec l'âge et la Catégorie Socio-Professionnelle (CSP) des visiteurs. Alors que les moins de 25 ans et les plus de 60 ans sont quasiment absents de l'animation proposée par le pays des Bastides, ils représentent respectivement 7 et 12 % des visiteurs du réseau. Cette présence des jeunes adultes se retrouvent parmi les

CSP (figure 3) puisqu'environ 5 % se déclarent étudiants, principalement en formation agricole. En ce qui concerne les autres catégories ; retraités (24 %), cadres supérieurs⁹ (23 %), employés et professions intermédiaires (28 %) composent l'essentiel du public, même si on observe également, mais avec une moindre importance, la présence d'ouvriers (6%), de professions libérales (5%) et de commerçants et artisans (5 %).

Figure 3 : CSP du public de deux animations de visites de fermes en Dordogne (2005-2006)



Source : V. Banos, 2008.

Si l'on s'attache à savoir plus spécifiquement qui sont les Périgordins qui participent aux visites, on se rend compte qu'il s'agit dans la grande majorité non pas de nouveaux arrivants mais de personnes installées depuis longtemps : 43 % habitent en Dordogne depuis plus de 40 ans, 30 % s'y sont installés depuis moins de 10 ans et seulement 4 % y résident depuis moins d'un an. Par ailleurs, ces visiteurs locaux vivent, pour la

plupart (68 %), dans une commune rurale tandis que 25 % habitent dans une commune urbaine de moins de 20 000 habitants et seulement 7 % dans une commune dont la population est comprise entre 20 000 et 100 000 habitants. Autrement dit, ces Périgordins viennent relativement peu des agglomérations de Bergerac et de Périgueux, les deux seules à dépasser 50 000 habitants à l'échelle du département.

⁹ La CSP enregistrée étant celle qui a été déclarée par les enquêtés, on peut s'interroger sur une probable surreprésentation des cadres supérieurs.

La présence de ce public de proximité pourrait s'expliquer par le fait que l'animation portée par le réseau des Fermes Ouvertes débutait au moment de l'enquête. Dans ce cas, sa routinisation aurait dû entraîner une diminution de la fréquentation locale. Or, encore aujourd'hui, les enquêtes menées par le réseau montrent qu'il représente toujours entre 30 % et 35 % des visiteurs. Cette présence s'explique en fait plus fondamentalement par le type de coordination à l'œuvre. En effet, le degré d'investissement et l'objectif des exploitants ainsi que le réseau institutionnel d'identité agricole permettent non seulement de conserver, au moins pour l'instant, un certain caractère innovant à cette initiative mais également de continuer à capter ce public spécifique. On peut noter par exemple que parallèlement aux campagnes de communication menées par les institutions agricoles, les membres du réseau sont invités à faire leur propre publicité. Pour la présidente du réseau, cette démarche est particulièrement utile car « *des voisins sont venus alors qu'ils n'auraient pas forcément osé autrement. La visite officielle, ils savent que ça dérange pas* » (réunion départementale, Périgueux, 2008). Les visites rencontrent une certaine audience puisque selon les organisateurs, ce sont en moyenne 500 personnes qui participent tous les ans.

La différence sociologique du public qui participe aux visites dans le Périgord vert et dans le pays des Bastides tient ainsi à deux facteurs principaux : l'identité du réseau institutionnel en charge de l'organisation et le degré de patrimonialisation du territoire. En effet, le pays des Bastides situé à proximité de Sarlat, non loin du haut-lieu de la préhistoire qu'est la vallée de la Vézère et l'office de tourisme responsable des après-midi « découverte de fermes » drainent avant tout des personnes en vacances. En revanche, de

par la plus grande implication des agriculteurs et ses multiples relais institutionnels, territoriaux mais surtout professionnels, le réseau des Fermes Ouvertes possède la capacité singulière de mobiliser un public composé à la fois d'estivants et de résidents permanents - voire de voisins - de plusieurs générations, et de CSP variées. Ce résultat constituant un premier signe tangible mais non suffisant de l'émergence d'un espace public, nous pouvons maintenant nous intéresser à la façon dont les échanges se déroulent dans ces espaces privés que sont les exploitations agricoles.

2.2. La visite d'un élevage de limousines

Même lorsque le réseau, organisé à l'échelle du Périgord vert, fonctionnait beaucoup sur l'autochtonie et l'interconnaissance de ses membres, il existait déjà une certaine forme « d'orientation écologique » qui influait sur le recrutement et la sélection des adhérents. Dans le prolongement de la « crise de la vache folle », la charte élaborée en 2004 stipule ainsi que « *le système d'exploitation doit refléter l'harmonie entre la production et le respect de l'environnement* » (Article 6). Cette « orientation écologique » est encore plus normative et institutionnelle dans la seconde charte (2010) qui oblige notamment les adhérents à travailler pour un label de qualité. Mais la vision adoptée est très large puisqu'elle admet le simple respect du cahier des charges européen des bonnes pratiques agricoles et concerne donc presque 70 % des exploitations agricoles en Dordogne. Par ailleurs, même si les abords de l'exploitation sont aménagés pour des raisons de sécurité et d'hygiène, même si la visite appartient plus souvent au registre de la programmation circulaire qu'à un art de la déambulation (Soucard, 2008), et même si on ne voit pas le travail en train de se faire, on doit néanmoins constater, dans la plupart des cas du moins, une ouverture assez manifeste des exploitations.

Figure 4 : Visite d'exploitation organisée par le réseau de Fermes Ouvertes du Périgord vert

De circulations programmées...



Photo : V. Banos, 2005.

...en « libres » discussions devant une stabulation



Photo : V. Banos, 2005.

Récit de l'enquêteur, 2005, visite d'un élevage de limousines en Périgord vert (Banos, 2008 : 284)

De la stabulation au panorama, le tour d'une exploitation

Les visiteurs se garent entre la maison et la stabulation, dans un champ aménagé en parking pour l'occasion. L'exploitant, accompagné de son fils, patiente devant le bâtiment agricole. Sans attendre les derniers visiteurs qui arrivent au compte-goutte, il commence par remercier et souhaiter la bienvenue aux personnes présentes, puis procède à un rapide historique de l'exploitation familiale. Il s'est progressivement spécialisé dans l'élevage de bovins viande même s'il conserve une petite production de noix. Aujourd'hui son exploitation compte 135 ha de SAU et un cheptel de plus de 200 têtes. En conclusion de cette brève intervention, il précise : « *Je souhaite que cette visite ne soit pas un monologue, on aime bien que vous posiez des questions* ». Prenant la tête du groupe, il conduit les visiteurs au contact de quelques génisses restées dans la stabulation. Il évoque ici leur âge, et explique pourquoi elles sont tenues à l'écart du troupeau. Une première question sur la façon dont l'agriculteur procède à l'identification des vaches est posée à voix basse. L'agriculteur répond directement à la personne sans s'adresser à l'ensemble du groupe qui doit désormais compter une cinquantaine de personnes. Ensuite, toujours précédés des deux exploitants, nous empruntons un petit chemin faisant le tour de l'exploitation. Nous passons devant la maison, avec son herbe fraîchement coupée et son parterre de fleurs très bien entretenu, puis nous nous dirigeons vers la partie la plus ancienne de l'exploitation. Devant une ancienne grange où une vieille cuve à vin demeure entreposée, le propriétaire parle du temps où l'exploitation était en polyculture et du patrimoine que son père lui a légué. À proximité, les cages à lapins suscitent la curiosité des enfants. Pendant ce temps, l'éleveur poursuit la visite en menant les visiteurs vers un hangar plus récent où un ruban signalé aux visiteurs qu'il ne faut pas s'approcher de l'ensileuse. L'agriculteur présente rapidement le matériel utilisé sur l'exploitation, le fonctionnement en CUMA¹⁰ et l'organisation du travail que cela suppose, mais de nombreux visiteurs sont restés en arrière, flânant et prenant des photos. Le cortège reprend son chemin en direction d'un pré où cinq boeufs sont allongés. Le fils vient alors apporter quelques granulés, ce qui a pour conséquence immédiate de les faire venir à proximité du groupe. Une fillette s'avance mais le fils intervient doucement pour lui expliquer que le fil est électrifié. Le groupe profite quelques minutes de ce spectacle pendant que l'exploitant s'emploie à répondre à des questions portant notamment sur l'alimentation du troupeau. Finalement, le groupe se dirige vers une partie de l'exploitation qui offre un panorama sur une combe.

¹⁰ CUMA : coopérative d'utilisation de matériel agricole.

L'agriculteur explique l'histoire de ce paysage à travers celle de son exploitation familiale, des parcelles qu'ils ont rachetées et celles qui sont maintenant abandonnées parce que les voisins sont partis à la retraite. Après presque 1h30 de balade sur l'exploitation et de discussion, la visite se termine par un petit goûter offert par les exploitants.

2.3. Un discours entre communication et invention *in situ*

Bien que la présentation faite par l'éleveur et son fils puisse paraître spontanée, elle résulte pourtant d'une élaboration collective. Elle a notamment bénéficié de la réflexion entre agriculteurs à l'origine de cette animation qui se poursuit encore aujourd'hui, notamment à l'occasion du bilan annuel regroupant tous les adhérents, pionniers et nouveaux. Après les premières visites en 2004 puis les années suivantes, certains agriculteurs témoignèrent de leurs préoccupations pour faire face aux nombreux visiteurs qui affluaient : comment surveiller tout le monde lorsqu'on se retrouve seul avec une cinquantaine de personnes ? Comment piloter les échanges et répondre aux questions sans l'aide d'un technicien ? La crainte de voir les visiteurs évoquer « des questions d'argent » (revenus, subventions, patrimoine immobilier, matériel...) revint souvent et, sur ce point, les membres du réseau furent relativement unanimes pour exprimer leur réticence à évoquer l'investissement financier nécessaire et la rentabilité de leur système d'exploitation. Ils ont considéré le problème trop complexe, trop abstrait et que, par conséquent, les visiteurs ne comprendraient pas ou pire interpréteraient mal les informations qu'ils pourraient donner. Ils ont donc décidé qu'il fallait désamorcer le questionnement en présentant, si besoin était, le décalage entre l'importance du capital investi et son délai d'amortissement. Concernant les coûts de production et le montant des « compensations publiques » (dénomination préférée à celle de « primes » utilisée couramment entre agriculteurs) différents selon les pays, ils ont également convenu de contextualiser ces données en disant par exemple aux visiteurs : « si vous voulez payer le même prix pour votre viande qu'en Argentine, il faut être d'accord de gagner le smic argentin : 85 €/mois » (cf. protocole des visites). Autrement dit, il s'agit pour les agriculteurs de préciser que ce qui est visible n'est pas nécessairement le reflet de leur niveau de vie. Toutes les visites se déroulent au

sein des exploitations, avec toujours, une petite excursion qui comporte un arrêt devant ou dans les bâtiments agricoles (salle de traite, stabulation, atelier de gavage...) afin de « montrer qu'ils sont aux normes » et une promenade afin de donner à voir, ainsi que le stipule le protocole de visite, « l'environnement de l'exploitation pour mieux la situer dans son cadre et montrer les actions menées en faveur de l'environnement ».

A contrario, la place à accorder aux aspects techniques du travail agricole fait débat entre les exploitants. Certains considèrent que l'objectif du réseau est d'abord de faire venir des personnes sur les exploitations et qu'il faut donc privilégier un discours accessible car « les visiteurs se moquent des explications techniques, ils veulent une relation avec les animaux et la nature ». Ces agriculteurs choisissent souvent d'axer leur intervention sur le contact entre les enfants et les animaux car ils trouvent que c'est un bon moyen de détendre l'atmosphère et d'amener les gens à s'approprier la visite. D'autres exploitants affirment au contraire que les explications qu'ils proposent aux visiteurs sur des points techniques précis (engraissement des bovins, taille des fruitiers, sélection génétique...) fonctionnent très bien car elles suscitent une certaine admiration. En fait, pour appréhender ces divergences de points de vue, il faut préciser que les membres du réseau présentent des profils fort différents en termes de production (lait, brouillards, veaux de lait, châtaignes...), de choix technique (bio, conventionnel) et de contact avec des clients (accueil à la ferme, vente directe...). Les différents profils participent à construire des discours sur des modes variables. Certains privilégient le registre de la vulgarisation bucolique et champêtre, si ce n'est du pittoresque, afin de se faire comprendre du public, quand d'autres préfèrent utiliser un langage plus technique afin d'être au plus près de leurs activités quotidiennes. La plupart d'entre eux, lorsqu'ils peuvent maîtriser la situation, trouvent cet exercice très valorisant car il leur permet d'adopter la posture du « maître d'école »

et de faire découvrir des choses à des personnes auxquelles ils reconnaissent un certain investissement et ce même, comme le précise une agricultrice, si « *les visiteurs sont naïfs et croient souvent tout savoir* ». La maîtrise technique et son évolution est l'aspect des visites qui a le plus surpris le public (enquête 2005-2006), bien avant des spécificités comme le rapport au vivant et l'amour du métier. Même si certains visiteurs jugent « *l'évolution pas vraiment positive* », ils ont cependant découvert les connaissances nécessaires (« *la connaissance scientifique, la génétique* ») et les normes à respecter par les éleveurs. Ces profanes de la technicité agricole ne peuvent donc intervenir directement dans des controverses relatives à l'activité agricole au moment des visites. Cet aspect associé à la complexité de l'activité incite près de la moitié des répondants (43 %, enquête 2005-2006) à déclarer que leur regard sur le métier d'agriculteur a changé après la visite, et certains mentionnent même « *les contradictions avec les informations TV et les journaux* ». Le pari des éleveurs du Périgord vert lancé en 2004 serait-il donc en partie gagné ? Cette réponse et l'intérêt des publics pour cette animation alors qu'ils n'étaient qu'un quart à avoir déjà visité une exploitation le laissent penser (enquête 2005-2006). Pourtant cette initiative reste pour le moins fragile.

Les programmations budgétaires, les formations (cf. paragraphe 1.3.) et la réflexion entre les agriculteurs ont progressivement cadré cette animation afin que les visites se déroulent sans accroc et qu'une certaine image de l'agriculture soit diffusée. Il n'empêche que la présentation de chaque exploitation est différente, menée par un agriculteur ou une agricultrice qui l'aménage à sa façon, ce que reconnaît et apprécie la conseillère agricole responsable du réseau à la fin d'une visite : « *j'ai expliqué ce que c'était le réseau, à quoi ça servait, pourquoi j'avais fait ça et tout ça, et puis après lui il explique pourquoi il est rentré dans ce réseau. (...) Eux, ils [les agriculteurs] vont le dire avec d'autres mots, avec sincérité et avec beaucoup d'humour souvent, avec simplicité* » (entretien, 2011). Les échanges sont généralement informatifs et relèvent rarement de discussions, même si des justifications transparaissent dans le récit des exploitants (comme la mise aux normes des bâtiments d'élevage, la composition des aliments distribués) à propos d'incriminations

présentes dans les médias : l'alimentation des animaux d'élevage, la qualité des produits servant à l'alimentation humaine, la pollution. De fait, entre un visiteur qui ne demeure pas dans un non-lieu mais chez autrui et des propriétaires qui doivent faire preuve d'une certaine hospitalité, l'ouverture de l'espace privé favorise une forme d'attention mutuelle (Banos, 2008). Cependant, ces visites s'apparentent davantage à une tribune libre pour les agriculteurs, un droit de réponse en différé devant un public intéressé mais peu enclin, sur le moment, à contester les informations transmises. En effet, le cadre et la technicité des pratiques agricoles semblent écarter le « grand public » de potentiels débats contradictoires, même si certains d'entre eux ont un niveau d'étude élevé.

CONCLUSION : UN DÉBAT PUBLIC EN DIFFÉRÉ

Dès lors, comment qualifier ce qui se joue dans ces lieux ? À notre sens, cette prise de parole participe d'un débat public scandé en plusieurs séquences qui se déploient en plusieurs lieux. La première s'est déroulée lors des crises de l'ESB qui ont orienté la curiosité (et les craintes) des consommateurs vers les campagnes en tant qu'espaces de production de biens alimentaires. Au cours de la seconde décrite ici, les éleveurs s'accordent un droit de réponse auprès des personnes susceptibles d'avoir entendu ou lu les descriptions et jugements concernant l'élevage proposés par les médias. Peut-être y en aura-t-il une troisième, plus diffuse, où les personnes ayant assisté aux visites émettront une opinion en interpellant des éleveurs ou en discutant lors de situations de sociabilité quotidienne (famille, collègues, amis...) ou dans des espaces de débat public organisés.

Cette initiative participe à l'élaboration d'un jugement public sur les modes d'élevage - sans que l'on en connaisse la teneur - et elle peut être considérée en cela comme un débat public, au sens d'Habermas. On retrouve en effet la conception d'hommes rationnels et engagés dans une discussion à plusieurs voix, sans que ce débat se déploie cependant en un espace unique et cadré, caractéristique de l'espace public habermassien. Nous avons émis l'hypothèse (Banos et Candau, 2006) d'un espace public « dispersé » que cette

analyse des visites de fermes dans le Périgord vert vient illustrer. C'est donc sous la forme d'un « débat public en différé » que ces visites de fermes participeraient non seulement à la redéfinition du contrat unissant les agriculteurs à la société, mais également à une publication des campagnes (Micoud, 2001) non circonscrites aux institutions territoriales et aux processus de concertation. Cette forme de discussion publique directe entre concitoyens reliés par des biens alimentaires d'origine a été

rendue possible par l'interconnaissance entre agriculteurs et deux éléments structurants à l'œuvre dans la mutation des espaces ruraux (plus encore dans les espaces ruraux patrimoniaux) : la diversité sociale et un maillage institutionnel multiple dont le caractère hétérogène apparaît tout à la fois comme une contrainte pour la pérennisation du réseau des Fermes Ouvertes mais également comme une ressource pour nourrir, par des ajustements permanents, son aspect « novateur ».

Remerciements : Les auteurs remercient Lucette Dubreuil-Lachaud ainsi que les agriculteurs du réseau des Fermes Ouvertes qui se sont rendus disponibles à leur enquête et ont discuté leur analyse.

Bibliographie

Arendt H., 2000 [1961], *La condition de l'homme moderne*, Paris : Calman-Lévy, 404 p.

Banos V., Candau J. et Baud A.C., 2009, Anonymat en localité : enquête sur les relations de voisinage en milieu rural, *Cahiers Internationaux de Sociologie*, n° 127, pp. 247-267.

Banos V., 2008, *L'hypothétique construction des lieux ordinaires entre agriculteurs et non agriculteurs en Dordogne*, thèse pour le doctorat de Géographie, Paris : université de Paris IV-Sorbonne, 516 p.

Banos V. et Candau J., 2006, Recomposition des liens sociaux en milieu rural. De la fréquentation d'espaces à la production de normes collectives ?, *Espaces et Sociétés*, n° 127, pp. 97-112.

Cohen S., 2002 [1972], *Folks devils and moral panics*, Oxon : Routledge, 3^{ème} édition, 201 p.

Giraud C., 2001, *Chambre d'hôtes à la ferme et autonomie de la femme en agriculture*, Thèse pour le doctorat en Sociologie, Paris : Université de Paris V, 473 p.

Granjou C., 2004, *La gestion du risque entre technique et politique. Comités d'experts et dispositifs de traçabilité à travers les exemples de la vache folle et des OGM*, Thèse pour le doctorat en Sociologie, Paris : Université Paris V, 517 p.

Habermas J., 1989, La souveraineté populaire comme procédure. Un concept normatif d'espace public, *Lignes*, n°7, pp. 29-58.

Lescureux F., 2003, Les relations des agriculteurs au territoire au travers de la vente directe et de l'accueil à la ferme. Le cas de la région des Monts de Flandre, Thèse pour le doctorat en Géographie et Aménagement, Lille : Université des Sciences et Technologies, 591 p.

Lesdos-Cauhape C. et Besson D., 2007, Les crises sanitaires dans la filière viande. Impact fort à court terme, plus limité à long terme, *INSEE Première*, n°1166, 4 p.

Mer R., 2004, Vache folle : les médias sous pression, *Dossier de l'environnement*, n°28, pp. 111-117.

Micoud A., 2001, La campagne comme espace public ?, *Géocarrefour*, vol. 76, n°1, pp. 69-73.

Moirand S., 1997, Formes discursives de la diffusion des savoirs dans les médias, *Hermès*, n°21, pp. 33-44.

Mormont M., 2009, Globalisations et écologisations des campagnes, *Études Rurales* n°183, pp. 143-160.

Peretti-Watel P., 2001, La crise de la vache folle: une épidémie fantôme ?, *Sciences sociales et santé*, vol. 19, n°1, pp. 5-38.

Poulle F. et Gorgeu Y., 1997, *Essai sur l'urbanité rurale : cinq territoires ruraux, leurs serments et leurs modes de gouvernements*, Paris : Syros, 127 p.

Ruffieux B. et Valceschini E., 1996, Biens d'origine et compétence des consommateurs : les enjeux de la normalisation dans l'agro-alimentaire, *Revue d'Economie Industrielle*, n°75, pp. 133-146.

Sencébé Y., 2011, Multi(ples) appartenances en milieu rural, *Informations sociales*, vol. 2, n° 164, pp. 36-42.

Souchard N., 2008, Enjeux publics, espaces privés. Clôtures symboliques dans l'accès à l'espace agricole périurbain et programmation circulaire, *Colloque Espaces de vie, espaces-enjeux : entre investissements ordinaires et mobilisations politiques*, Rennes.

Velasco-Graciet H., 2006, La reconnaissance rurale, l'exemple du département de la Dordogne, *Ruralia*, n°18-19, mis en ligne le 31 décembre 2010, consulté le 16 janvier 2011. URL : <http://ruralia.revues.org/1271>