

Université de Montréal

C'est le terroir qui fait la barre : économies morales d'une filière de chocolat *bean-to-bar*
canado-péruvienne

Par

Catherine Villeneuve

Département d'anthropologie, Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de Maîtrise ès sciences
en Anthropologie

Novembre 2021

© Catherine Villeneuve, 2021

Université de Montréal

Département d'anthropologie, Faculté des arts et des sciences

Ce mémoire intitulé

C'est le terroir qui fait la barre : économies morales d'une filière de chocolat *bean-to-bar* canado-péruvienne

Présenté par

Catherine Villeneuve

A été évalué(e) par un jury composé des personnes suivantes

Jorge Pantaleon

Président-rapporteur

Ingrid Hall

Directeur de recherche

Kregg Hetherington

Membre du jury

Résumé

Les chocolatiers *bean-to-bar* redéfinissent le chocolat en mettant l'accent sur le processus de transformation et la biodiversité cacaoyère. Basée sur une ethnographie multisituée à Montréal et à Piura (nord péruvien), cette recherche retrace le trajet de la fève de cacao le long d'une filière de chocolat *bean-to-bar* pour analyser l'articulation entre les valeurs des économies morales des chocolatiers et des producteurs de cacao fin. Grâce à une incursion dans l'histoire du chocolat, l'économie morale des chocolatiers est définie comme un positionnement contre l'industrie du chocolat conventionnel et ses standards. Alors que les valeurs des chocolatiers gravitent autour d'une éthique gustative engendrant des préoccupations pour la biodiversité cacaoyère et les droits des cacaoculteurs, celles des producteurs visent plutôt à renforcer leurs rôles familiaux et communautaires et à mettre en place un projet de développement local collectif. Cette étude suggère qu'une analyse des économies morales peut rendre compte de l'articulation entre des économies capitalistes et précapitalistes et des phénomènes qui y sont créés, dans le cas présent, la production d'une localité cacaoyère.

Mots-clés : anthropologie, filière, économie morale, valeur, chocolat *bean-to-bar*, cacao, Pérou, communauté paysanne, coopérative, artisanat.

Abstract

Bean-to-bar chocolate makers redefine chocolate by drawing attention to the transformation process and cacao biodiversity. Based on a multi-sited ethnography in Montreal and Piura (northern Peru), this research follows the cacao bean through a bean-to-bar chocolate *filière* to study how the values of chocolate makers and fine cacao producers' moral economies are embedded. Through an incursion into the history of chocolate, the moral economy of chocolate makers is defined as a posture against the conventional chocolate industry and its standards. While chocolate makers' values gravitate towards a taste ethic that generates preoccupations for cacao biodiversity and cacao farmers' rights, producers' values aim to reinforce their family and community roles and to implement a collective project of local development. This research puts forward moral economy as a conceptual tool for studying the embeddedness between capitalist and pre-capitalist economies and the phenomena that emerge from this nexus, in this case, the production of a cacao locality.

Keywords : anthropology, *filière*, moral economy, value, bean-to-bar chocolate, cacao, Peru, peasant community, cooperative, craft.

Table des matières

RÉSUMÉ	5
ABSTRACT	7
TABLE DES MATIÈRES	9
LISTE DES TABLEAUX	11
LISTE DES FIGURES.....	13
LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS.....	15
GLOSSAIRE	16
REMERCIEMENTS	19
INTRODUCTION	21
CHAPITRE 1 CONSTRUCTION DE L’OBJET : LA FILIÈRE <i>BEAN-TO-BAR</i>, TROUVER L’ÂME DU CHOCOLAT	27
1.1 DE LA MÉSOAMÉRIQUE PRÉCLASSIQUE AU NESQUIK : UNE GENÈSE ÉCONOMIQUE, POLITIQUE ET TECHNIQUE DU GOÛT	30
1.2 RETOUR VERS L’AUTHENTICITÉ DU CACAO	39
1.3 UNE APPROCHE ETHNOGRAPHIQUE DE LA FILIÈRE <i>BEAN-TO-BAR</i> : CADRE CONCEPTUEL ET MÉTHODE	42
1.3.1 <i>L’économie morale : articuler les acteurs de la filière</i>	43
1.3.2 <i>Les valeurs de la filière : économiques ou morales ?</i>	49
1.3.3 <i>La méthode ethnographique : adaptation à deux terrains différents</i>	54
CHAPITRE 2 LES CHOCOLATERS ET L’ÉCONOMIE MORALE DE LA CONFECTION DE CHOCOLAT <i>BEAN-TO-BAR</i>	59
2.1 TRANSFORMER LE CACAO : ADAPTABILITÉ ET AUTHENTICITÉ	61
2.1.1 <i>Artisanat post-industriel : une adaptation entre art et science</i>	64
2.1.2 <i>Refléter l’authenticité cacaoyère : choisir les fèves et leurs saveurs</i>	69
2.2 PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ CACAOYÈRE : RARETÉ ET CONSERVATION.....	74
2.2.1 <i>Valoriser la rareté : la distinction par le nom</i>	74
2.2.2 <i>Conservation de la biodiversité cacaoyère : revitaliser les variétés natives</i>	81
2.3 ÉCHANGER AVEC LES CACAOCULTEURS : EXPERTISE ET TRANSPARENCE	87
2.3.1 <i>Réformer le marché du cacao : valoriser l’expertise des cacaoculteurs</i>	89
2.3.2 <i>Établir des rapports de transparence le long de la filière</i>	93
2.4 CONCLUSION	100
CHAPITRE 3 LES CACAOCULTEURS ET L’ÉCONOMIE MORALE DE LA PRODUCTION DE CACAO FIN PIURANAIS	102
3.1 L’ASSOCIATION DES PETITS PRODUCTEURS AGROPÉCUAIRES DE CHILILIQUE (APPAGROP CHILILIQUE) ET LE CACAO BLANCO DE PIURA	107

3.2	LA PETITE AGRICULTURE : UN FILET DE SÉCURITÉ FAMILIAL	114
3.2.1	<i>L'agriculture et la pluriactivité : entre logiques paysannes et commerciales.....</i>	119
3.2.2	<i>Diversifier les cultures de rente : sécuriser la rentabilité de la parcelle.....</i>	127
3.3	LES FRONTIÈRES COMMUNAUTAIRES : SOUVERAINETÉ ET TRANQUILLITÉ	134
3.3.1	<i>La réforme agraire entre la sierra et la côte piuranaise.....</i>	136
3.3.2	<i>La communauté paysanne de Chililique Alto et ses frontières.....</i>	144
3.4	RÉGIONALISER L'AGRICULTURE : COLLECTIVITÉ ET SPÉCIALISATION	154
3.4.1	<i>Homogénéiser la petite agriculture : Piura dans l'économie nationale</i>	154
3.4.2	<i>La force du collectif : le cacao Blanco et la production d'une localité globale</i>	160
3.5	CONCLUSION	173
	SYNTHÈSE ET DISCUSSION	175
	RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	187
	ANNEXES.....	197
	ANNEXE I — LISTE DES EMBALLAGES DE TABLETTES DE CHOCOLAT <i>BEAN-TO-BAR</i> ANALYSÉES	198
	ANNEXE II — LISTE DES CATÉGORIES UTILISÉES POUR ANALYSER LE CONTENU DES EMBALLAGES DE TABLETTES DE CHOCOLAT <i>BEAN-TO-BAR</i>.....	199
	ANNEXE III — PROFIL DÉTAILLÉ DES CACAOCULTEURS INTERROGÉS, EN ORDRE CROISSANT D'ÂGE	201
	ANNEXE IV — ORGANIGRAMME DÉTAILLÉE DE LA COOPÉRATIVE NORANDINO	203

Liste des tableaux

Tableau 1. – Profils sommaires des cacaoculteurs interrogés, en ordre croissant d'âge 116

Liste des figures

- Figure 1. – Carte du département de Piura, au Pérou (« Locator map of Piura Department in Peru » par Huhsunqu est un dérivé de « Peru_-(Template).svg » par Huhsunqu et est utilisé sous licence CC BY-SA 3.0). 21
- Figure 2. – Fèves de cacao fermentées et coupées pour révéler la couleur de leurs cotylédons violets et blancs, centre de collecte de l'APPAGROP Chililique, 20 août 2017 22
- Figure 3. – Emballage de la tablette Gran Blanco de Qantu, Cacao et Chocolat (Qantu. 2017. Chocolat noir — GRAN BLANCO 70 %. Montréal : Qantu Cacao et Chocolat. <https://www.Qantuchocolate.com/product-page/chocolat-noir-gran-blanco-70>. Autorisation de reproduction et d'adaptation par Elfi Maldonado et Maxime Simard.) 62
- Figure 4. – Publication de Qantu après l'annonce des médailles de l'Academy of Chocolate (Qantu. « La belle nouvelle est arrivée pendant notre visite de nos producteurs de cacao CHUNCHO!! » Page Facebook de Qantu, Cacao et Chocolat, 12 juin 2019. <https://www.facebook.com/Qantuchocolate/posts/2360601880675221>. Autorisation de reproduction et d'adaptation par Elfi Maldonado et Maxime Simard.) 96
- Figure 5. – Carte du département de Piura, des provinces (Morropón - Ayabaca) et des districts (Chulucanas - Frías) mentionnés dans le texte (cette carte est un dérivé de « Location of Morropón in the Piura Region » par AgainErick, utilisé sous licence CC BY-SA 3.0 par l'autrice).
103
- Figure 6. – Localisation de Chililique Alto et des lieux mentionnés dans le texte (cette carte est un dérivé de « Mapa físico de localización Piura » par Waterloo1883, utilisée sous licence CC BY-SA 4.0 par l'autrice)..... 109
- Figure 7. – Organigramme modélisé de la coopérative Norandino 110
- Figure 8. – Graphique illustrant le nombre de producteurs selon le nombre d'hectare(s) que chacun cultive 121

Liste des sigles et abréviations

APPAGROP : *Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios* (Association des Petits Producteurs Agricoles)

CAP : Coopérative Agraire de Production

CCP : Coopérative Communautaire de Production

FEDECAP : *Federación Departamental de Campesinos de Piura* (Fédération Départementale des Paysans de Piura)

FRADEP : *Federación Regional Agraria de Piura* (Fédération Régionale Agraire de Piura)

ICCO : Organisation mondiale du cacao

MINAGRI : *Ministerio de Agricultura y Riego* (Ministère de l'Agriculture et de l'Irrigation)

SINAMOS : Système National d'Appui à la Mobilisation Sociale

Glossaire

Cacao fin : Le cacao fin (ou *fine and flavour cocoa*, en anglais, et *cacao fino y de aroma*, en espagnol) est défini en opposition au cacao conventionnel (ou *bulk cocoa*, en anglais, et *cacao convencional*, en espagnol) en ce qu'il est vendu sur les marchés de niche et à prix plus élevé. La définition de cacao fin est établie selon des critères pour le moment non mesurables, comme les saveurs et fragrances du cacao, critères qui reposent entre autres sur la variété génétique, le séchage, la fermentation ou l'héritage culturel (Fowler et Coutel 2017 : 45-47; Motamayor et al. 2008).

Pour l'instant, l'ICCO en propose les définitions suivantes : « *Fine cocoa is defined as cocoa that is free of defects in flavour while providing a complex flavour profile that reflects the expertise of the producer and the "terroir", or sense of the particular environment where the cacao is grown, fermented and dried. Fine cocoa meeting these basic criteria may also offer important genetic diversity, as well as historical and cultural heritage. [...] Flavour cocoa is defined as cocoa that has little to no defects in flavour and provides valuable aromatic or flavour characteristics that have been traditionally important in blends. Flavour cocoa that meets these basic quality criteria may also offer important genetic diversity, as well as historical and cultural heritage* » (International Cocoa Organization 2018).

Chocolat de couverture : Le chocolat de couverture est surtout utilisé en pâtisserie et en confiserie et tire son nom de la fluidité que lui confère sa haute teneur en beurre de cacao (un minimum de 31 %) et qui explique ses propriétés couvrantes, son aspect brillant et le son craquant qu'il produit lorsqu'il est rompu (Beckett, Fowler, et Ziegler 2017, 735 ; Office québécois de la langue française 2016).

Conchage : Le conchage est un procédé inventé par le manufacturier suisse Rudolf Lindt en 1879 et qui consiste à mélanger et à chauffer le chocolat à l'état liquide de manière à créer le plus de friction possible. Ce procédé a pour but de faire évaporer certains composants chimiques donnant un goût astringent ou acide, ainsi que de développer les saveurs plus agréables. De plus, la friction du chocolat a pour effet de réduire encore la taille des particules de cacao et de sucre et de toutes les recouvrir de beurre de cacao (ou d'une autre source de gras, selon l'ingrédient utilisé), donnant une texture fondante au chocolat (Beckett 2017, 7 ; Coe et Coe 2007, 247 -48).

Conche : La conche est une machine inventée par le manufacturier Rudolf Lindt et qui permet le conchage du chocolat. Le modèle de Lindt consistait en un lit de granite aux bords recourbés sur lequel le chocolat à l'état liquide était déposé. Au-dessus, des rouleaux de granite bougeaient d'avant en arrière pour effectuer une friction du chocolat. Lindt lui aurait donné le nom latin pour coquillage (*conche*) en raison de la forme de la machine. Aujourd'hui, on retrouve différents types de mélangeurs effectuant ce travail (Coe et Coe 2007, 247).

Dutching : Le *dutching*, aussi appelé *alkalisation*, est un procédé développé en 1828 par le chimiste hollandais C.J. Van Houten, d'où son nom, et qui consiste à traiter le grué de cacao avec une solution alcaline, ou encore, d'ajouter des sels alcalins à la liqueur de cacao. Le but de ce

procédé est de rendre le cacao plus soluble dans l'eau. Il est surtout utilisé pour transformer le cacao en poudre, mais sert aussi à modifier la couleur et la saveur du cacao, de manière à confectionner un chocolat moins amer et plus foncé (Coe et Coe 2007, 234 ; Kamphuis 2017, 60).

Grué : Le grué est la partie de la fève qui sert à confectionner le chocolat, soit toute la fève de cacao à l'exception de la mince coque qui l'enveloppe. Le grué se présente habituellement sous forme d'éclats de cacao déjà torréfiés, puisque la coque de la fève sèche et se décolle de son contenu lors de sa cuisson (sauf dans le cas du chocolat cru, fermenté, mais non torréfié). En termes botaniques, le grué correspond aux cotylédons du cacaoyer (Fowler et Coutel 2017, 18).

Liqueur de cacao : La liqueur de cacao est la pâte composée du grué de cacao broyé, avant d'y effectuer d'autres étapes comme l'ajout de sucre ou le dégraissage (extraction du beurre de cacao) (Fowler et Coutel 2017, 34).

Remerciements

L'écriture de ce mémoire n'aurait jamais été possible sans la participation des agriculteurs et des chocolatiers qui ont pris de leur temps pour discuter avec passion de leur travail. *Muchísimas gracias a todos los cacaoeros y todas las cacaoeras de la APPAGROP Chililique por su ayuda y por su bienvenida siempre cálida. Sin el tiempo que ustedes tomaron para hablar conmigo y enseñarme el trabajo de la chacra, la redacción de esta tesis nunca hubiera sido posible. Este proyecto es de ustedes también. Nunca podré agradecer lo suficiente a todas las personas que me ayudaron y me acompañaron durante mi investigación. Gracias por las conversaciones, por la comida rica, por hacerme descubrir su sitio maravilloso y por ayudarme cuando más lo necesitaba. Ustedes son lo máximo y siempre los llevo en mi corazón. Muchas gracias también a la cooperativa Norandino y a su gestión, que me guio hacía Chililique y que tomó de su tiempo para aprobar este trabajo.*

Merci infiniment à Elfi et Maxime, les chocolatiers qui ont participé à cette étude. L'ouverture que vous avez tout de suite démontrée envers mon projet et la promptitude avec laquelle vous avez su m'accueillir dans votre atelier et répondre à mes questions m'ont insufflé la motivation nécessaire pour porter ce projet. Je ne cesse de m'émerveiller devant votre travail et la passion que vous y infusez. Vos tablettes sont devenues pour moi gage de réconfort et d'énergie lors d'événements spéciaux ou de longues soirées de rédaction. Merci également à Miss Choco, pour m'avoir fait découvrir le monde du *bean-to-bar*, m'avoir permis de mieux comprendre ses nuances et ses contradictions, ainsi que pour avoir été mon premier contact dans le milieu.

Un merci très spécial à Ingrid Hall, ma directrice de mémoire, qui a su orienter l'étudiante un peu perdue que j'étais à la fin du baccalauréat et canaliser ma passion dans ce projet. Merci pour ta grande patience, ton tact, pour avoir su me guider et me fournir les bons outils quand j'étais dans le noir et pour m'insuffler la confiance nécessaire pour mener à bout ce projet. Ton encadrement m'a été et m'est encore très précieux et je suis tellement fière du travail accompli et des compétences que j'ai acquises grâce à notre collaboration.

Merci aux amies précieuses qui m'ont accompagnée dans ce processus et m'ont aidée à me sentir moins seule devant mon document Word. Myriam, merci d'être ma confidente de toujours et merci pour tous les après-midis de rédaction qui se transforment en soupers, puis en soirées de jeux. Merci à Simon et à Greta de m'endurer durant lesdites soirées de jeux et de me faire rire. Merci à Florence d'être toujours aussi présente même à distance, pour toutes les gourmandises et les bons moments partagés, et pour m'avoir appris l'existence du chocolat *bean-to-bar*. Merci à Sandrine pour toutes les fois où tu m'as remonté le moral, m'as dit que j'étais capable et m'as motivé à écrire une heure de plus, même quand j'étais tannée. Merci pour les rires et le support technologique, deux choses sans lesquelles je n'aurais jamais pu terminer ce travail. Merci à Sara pour ton mantra qui m'a accompagnée jusqu'à la fin (« Un bon mémoire est un mémoire fini ! »), même si je ne l'ai pas toujours suivi. Merci de retentir avec entrain dans les moments où j'en ai le plus besoin.

Finalement, merci à toute ma famille, à mes parents et à mes beaux-parents, à Laurence et à Lilou pour votre soutien indéfectible et pour la confiance démesurée que vous me portez. Je n'en reviendrai jamais de la chance que j'ai de vous avoir.

Introduction

Dans la région de Piura, au Pérou (voir figure 1), des agriculteurs cultivent une variété de cacao aromatique unique au monde, le cacao Blanco de Piura, qui possède la rare caractéristique de présenter des fèves blanches (voir figure 2). Cette rareté et la délicatesse de ses saveurs ont fait du cacao de Piura une des vedettes des compétitions internationales de chocolat, où les tablettes confectionnées avec ce cacao apparaissent parmi les gagnantes année après année. Dans leur atelier de Montréal, les deux chocolatiers de la compagnie Qantu confectionnent des tablettes à partir de ces fèves, qu'ils achètent directement d'une coopérative de Piura et importent au Canada. Ils transforment ainsi plusieurs variétés de cacao natives du Pérou sur une chaîne de production qu'ils ont montée eux-mêmes, en prenant soin de mettre de l'avant les saveurs propres à chacune d'entre elles. Comme quelques centaines de compagnies à travers le monde, ils se revendiquent du mouvement de confection de chocolat dit *bean-to-bar*, ou de la fève à la tablette, qui met de l'avant la biodiversité cacaoyère et fait du cacao et du chocolat des aliments résolument gastronomiques.



Figure 1. – Carte du département de Piura, au Pérou (« Locator map of Piura Department in Peru » par Huhsunqu est un dérivé de « Peru_-_ (Template).svg » par Huhsunqu et est utilisé sous licence CC BY-SA 3.0).

Sur les emballages des tablettes *bean-to-bar*, les chocolatiers font l'éloge de lieux éloignés aux terrains fertiles et de producteurs qui sont les maîtres de la fermentation du cacao, si importante pour la saveur du chocolat : « *In Balao, Ecuador, Vicente Norero treats his elderly trees with great care and at close to 100 years old, they continue to yield beans. Trees of this age produce beans with about 10% less cocoa butter, resulting in an exceptional and considerably more intense cocoa flavour* »¹. Ils développent un modèle de valorisation de la rareté basé sur celui des vins de grands crus. La lecture des emballages m'a permis de déduire que les chocolatiers redéfinissaient leur produit, puisqu'ils introduisaient dans la confection de leurs tablettes la notion de terroir, comme dans le milieu du vin, en associant la qualité à des facteurs naturels et sociaux particuliers. Mon hypothèse de départ, à partir de ces éléments, était ainsi que la filière qu'ils développaient permettait de donner plus de crédit au travail des cacaoculteurs et pouvait être mise en lien d'une quelconque façon avec la pratique d'une souveraineté alimentaire, soit le droit de produire des aliments culturellement appropriés, en misant sur l'agriculture vivrière.



Figure 2. – Fèves de cacao fermentées et coupées pour révéler la couleur de leurs cotylédons violets et blancs, centre de collecte de l'APPAGROP Chililique, 20 août 2017

Je suis ainsi partie sur le terrain, dans le nord du Pérou, pour interroger des cacaoculteurs sur la valorisation des fèves de cacao qu'ils effectuaient au sein de leur association de production. Je m'attendais alors à ce que chocolatiers et cacaoculteurs partagent une vision commune de la fève de cacao. Dans ce cadre, le mouvement des chocolatiers *bean-to-bar* était une toile de fond. Or,

¹ 100% Ecuador Bar & 100% Madagascar Bar est vendu par Sirene Chocolate. L'emballage a été produit en 2016.

en faisant des entrevues avec des agriculteurs, mais surtout en observant leur travail, j'ai réalisé que dans cette étude de cas précise, les cacaoculteurs avaient une perspective tout à fait différente de celle des chocolatiers. Avant de devenir une culture commerciale, le cacao Blanco faisait surtout partie de la pharmacopée locale. Je me heurtais dans l'analyse à deux logiques distinctes, celles des chocolatiers et celles des cacaoculteurs. J'ai en conséquence décidé de rendre compte de ces deux pôles. Les données que j'avais accumulées sur les chocolatiers et les contacts plus soutenus que j'ai entretenus avec le milieu *bean-to-bar* durant la production de ce mémoire me sont apparus comme trop riches pour rester en trame de fond. J'ai choisi de traiter ces données comme un second terrain, et approfondi mes recherches de façon plus systématique.

Cet objectif étant fixé, j'ai décidé d'effectuer une ethnographie multisituée (Marcus 1995) portant sur l'articulation des économies morales des groupes d'acteurs aux extrémités de la filière du chocolat *bean-to-bar*, à savoir les chocolatiers et les cacaoculteurs. Pour ce faire, je me suis intéressée à une filière spécifique, celle formée par la compagnie *bean-to-bar* montréalaise Qantu et un de leurs fournisseurs de cacao, la coopérative péruvienne Norandino, située à Piura. J'ai choisi d'analyser cet objet de recherche sous le prisme du concept d'économie morale pour me pencher sur la manière dont les chocolatiers et les cacaoculteurs valorisent respectivement leur travail par rapport aux fèves de cacao. C'est l'historien E. P. Thompson (1971), qui a popularisé l'usage du concept d'économie morale en sciences sociales. Il le définit comme étant une reconfiguration des rôles économiques selon des principes moraux, inséparable d'une analyse de classe :

My own notion of the moral economy of the crowd in the food market includes ideal models or ideology (just as political economy does), which assigns economic roles and which endorses customary practices (an 'alternative' economics), in a particular balance of class or social forces. (Thompson [1991] dans Edelman 2012 : 60)

Je suivrai la fève de cacao afin de décrire les économies morales auxquelles participent les différents acteurs. Ce faisant, je montrerai comment les chocolatiers *bean-to-bar* se distinguent de l'industrie conventionnelle du chocolat pour développer une filière alternative non seulement d'un point de vue gustatif, mais également moral. Globalement, 60 % de la transformation du cacao se concentrent entre les mains de trois firmes, qui elles-mêmes fournissent cinq

compagnies qui se partagent 60 % des parts de marché des ventes de chocolat (Leissle 2018, 74-76). Les compagnies de chocolat *bean-to-bar*, avec leurs circuits courts d'approvisionnement, apparaissent comme échappant à ce monopole de l'échange, de la transformation et de la distribution du cacao et du chocolat. Les chocolatiers *bean-to-bar* réinterprètent le métier de chocolatier et redéfinissent du même coup le chocolat et sa dégustation. Ce faisant, ils développent une éthique gustative dans laquelle la saveur devient une question morale. Ils indiquent que les valeurs que tentent de respecter les firmes chocolatières ne suffisent plus à produire un chocolat qui est moral pour l'ensemble des acteurs de la filière, des producteurs aux consommateurs, mais également pour le cacao et son milieu naturel. Ils mettent de l'avant l'origine géographique des fèves de cacao qu'ils transforment en tablettes et de ce fait, redéfinissent les frontières des rôles des acteurs le long de la filière par rapport à celle du chocolat conventionnel. Les chocolatiers *bean-to-bar* considèrent que les saveurs du chocolat ne relèvent pas que de leurs propres compétences, mais aussi de celles des producteurs de cacao. En leur attribuant une part de responsabilité dans la qualité du chocolat, les chocolatiers entraînent une reconfiguration des rôles au sein de la filière semblable à la manière dont Thompson décrit l'économie morale.

Le concept d'économie morale est intéressant, car il permet de comprendre comment les différents cadres moraux des groupes d'acteurs qui composent la filière *bean-to-bar* s'entrecroisent, s'articulent et parfois, s'entrechoquent durant la production, la transformation et l'échange des fèves de cacao. Ce concept peut aussi servir à identifier les manières diverses dont le cacao est valorisé à travers ces économies morales distinctes, mais enchevêtrées. En identifiant les valeurs qui composent les économies morales auxquelles participent les acteurs de la filière, je cherche à comprendre comment elles s'articulent pour mettre en commun les projets des chocolatiers *bean-to-bar* et des producteurs de cacao fin^{*2}, ce produit vendu sur les marchés de niche à prix plus élevé que le cacao conventionnel. Je montrerai comment les chocolatiers *bean-to-bar* se présentent dans un rapport d'opposition avec l'industrie du chocolat conventionnel et comment ce positionnement les amène à développer une filière où la transformation des fèves de cacao en chocolat implique des relations différentes à la matière

² Les mots marqués d'un astérisque (*) sont définis dans le glossaire de la page 16.

première et aux cacaoculteurs qui le produisent. Je mettrai également en lumière la façon dont, à leur tour, les cacaoculteurs participent à leur propre économie morale, différente de celle que développent les chocolatiers *bean-to-bar*, mais qui s'arrime à cette dernière. En effet, en se saisissant de l'opportunité créée avec la demande des chocolatiers pour du cacao fin, les producteurs créent un nouveau projet collectif afin de renouveler la petite agriculture, non sans friction³ (Tsing 2005).

Ainsi, mon but n'est pas de tirer le rideau sur la production de chocolat pour révéler les conditions de travail des cacaoculteurs qui se cachent derrière les beaux discours des chocolatiers, comme si une seule réalité de production existait, mais plutôt d'analyser les processus derrière les différents modes de valorisation du cacao tout au long de la filière. Par l'analyse des acteurs de la chaîne de production du cacao et du chocolat et des relations qu'ils entretiennent, je veux rendre compte des règles qui régissent ces formes de gouvernance. Je cherche à comprendre comment est confectionnée et définie une bonne tablette de chocolat *bean-to-bar*, la manière dont elle prend sa valeur ainsi que les modalités selon lesquelles sa production et sa consommation produisent également les lieux où elles s'enracinent. C'est pourquoi j'ai suivi le médium (Graeber 2001) qui unit ces acteurs, soit le cacao, à travers ses échanges et ses transformations, en commençant avec les acteurs m'étant les plus accessibles, soit les chocolatiers, pour saisir comment ils orientent les processus de consommation comme de production à travers leur travail. C'est ce j'expliquerai dans le premier chapitre, où je construirai la filière *bean-to-bar* en tant qu'objet de recherche à l'aide, entre autres, d'une analyse d'emballages de tablettes de chocolat. Je poserai également un historique de la filière de chocolat conventionnelle pour remettre en perspective la filière *bean-to-bar* et mieux situer le travail des chocolatiers, avant de présenter le cadre théorique de cette recherche.

Je consacrerai le deuxième chapitre de ce mémoire aux chocolatiers, en identifiant les valeurs de l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar*. Je partirai des échanges que j'ai eus avec les acteurs du milieu, en particulier avec les chocolatiers de la compagnie Qantu, afin d'analyser quelles sont les valeurs qui guident leurs interactions avec la matière et les agriculteurs

³Anna L. Tsing définit le concept de friction de la manière suivante : « *I call "friction": the awkward, unequal, and creative qualities of interconnection across difference* ».

qui la produisent. Ces rapports seront divisés en trois temps, le choix des méthodes de confection, de la matière première, puis des cacaoculteurs. En étudiant chacune de ces catégories d'interaction entre les chocolatiers et les acteurs humains et non humains de la filière, j'identifierai les cadres moraux qui composent l'économie morale à laquelle participent les chocolatiers *bean-to-bar*.

Le troisième chapitre consistera en une analyse ethnographique de l'autre extrémité de la chaîne de valeur du cacao, soit du point de vue des cacaoculteurs associés qui produisent du cacao Blanco pour la coopérative Norandino. La renommée du cacao Blanco n'empêche pas ses producteurs de valoriser ce cacao d'une manière bien différente des chocolatiers qui l'achètent. C'est ce que je montrerai en posant l'économie morale de la production du cacao fin, dont je diviserai la démonstration en fonction des trois groupes desquels font partie les agriculteurs en lien avec la production du cacao. Ces derniers endossent plusieurs rôles dont chefs de famille, membres de leur communauté paysanne et cacaoculteurs de leur association. Je dégagerai les valeurs rattachées à chacun de ces rôles pour montrer comment les agriculteurs participent à l'économie morale de la production du cacao en y amenant les valeurs de tous ces cadres moraux, non sans friction. Pour terminer ce mémoire, je discuterai de l'articulation de ces deux économies morales et j'examinerai quelle en est l'implication pour la gouvernance le long de la filière, avant de contraster le rôle que les chocolatiers prêtent aux cacaoculteurs avec les rôles que ces derniers endossent.

Chapitre 1 Construction de l'objet : la filière *bean-to-bar*, trouver l'âme du chocolat

Circonscrire le mouvement des chocolatiers *bean-to-bar* s'est révélé être un exercice complexe. Définir cette filière en tant qu'objet anthropologique alors qu'elle est composée de groupes d'acteurs hétérogènes, répartis autour du globe et aux pratiques diverses, n'a pas été une mince tâche. Les producteurs de cacao qui ont participé à cette étude étaient déjà réunis au sein d'une même association de production. Ils ont des histoires, des aspirations, des situations économiques et familiales différentes, mais ils présentent l'avantage analytique de partager un lieu de vie et de travail commun. Ce n'est pas le cas des chocolatiers *bean-to-bar*. Les critères qu'ils évoquent pour se distinguer de l'industrie du chocolat non *bean-to-bar* ou, comme je l'appellerai ici, de l'industrie du chocolat conventionnel⁴, sont nombreux et ne permettent pas d'ériger une ligne claire, mais plutôt une frontière floue.

Les entreprises *bean-to-bar* proposent toutes du chocolat confectionné directement à partir de fèves de cacao, contrairement aux chocolatiers-pâtisseries, qui utilisent plutôt du chocolat de couverture*, prêt à être travaillé, offrant un fini lisse et brillant et une texture lui permettant de se rompre agréablement. Toutefois, les chocolatiers *bean-to-bar* ne sont pas les seuls à maîtriser la confection de chocolat à partir de la fève. Formée en études globales, Kristy Leissle (2018), spécialiste de l'industrie du chocolat, explique que trois compagnies, Barry Callebaut, Cargill et Olam, broient près des deux tiers de toutes les fèves transformées globalement⁵ (Leissle 2018, 8). Communément appelées les grands broyeurs (ou *grinders*, en anglais), ces entreprises achètent les fèves de cacao pour en faire de la liqueur de cacao, qu'ils transforment eux-mêmes en

⁴ J'utilise le terme « conventionnel » en parlant de la filière du chocolat dont l'existence précède celle de la filière *bean-to-bar* et qui représente au moins 94% de la transformation mondiale de cacao en chocolat. Selon l'ICCO, le cacao fin produit pour 2015 représente moins de 6% du cacao vendu mondialement (ICCO s. d.). Si l'on considère que les chocolatiers *bean-to-bar* utilisent seulement du cacao fin, on peut déduire que le chocolat *bean-to-bar* ne peut dépasser 6% de la production de chocolat, surtout en considérant le fait que des grandes compagnies comme Barry Callebaut et Valrhona utilisent du cacao fin et occupent donc une grande partie de ce pourcentage.

⁵ Pour l'année 2017, la quantité de fèves transformées mondialement s'élevaient à environ 4,2 millions de tonnes métriques (Leissle 2018, 63).

chocolat, dans une moindre mesure, ou revendent à valeur ajoutée aux compagnies chocolatières les plus connues : Nestlé, Hershey, Mars, Ferrero et Mondelez (qui possède Cadbury). Leissle surnomme ces dernières les « Big Five », puisque, mises ensemble, elles capturent les deux tiers des parts de marché mondial des ventes de chocolat pour l'année 2016 (Leissle 2018, 73). Entre des entreprises *bean-to-bar* qui transforment moins de 10 tonnes par année et les plus grands broyeurs de fèves au monde, on retrouve un fossé incommensurable. Il existe toutefois des entreprises dans l'entre-deux, qui confectionnent des volumes qui, sans être aussi extravagants que ceux produits par les Big Five, sont suffisants pour leur assurer une distribution continue dans des magasins de grandes surfaces à travers le globe. Leur approche des saveurs du cacao peut être mise en parallèle avec celle des chocolatiers *bean-to-bar*. Dans ce cas, où tracer la ligne entre les deux, à quel volume de fèves ou à quel nombre d'intermédiaires ?

Bien qu'il soit possible de tracer des tendances fortes au sein du mouvement, il devient difficile de formuler une définition représentative de la diversité des chocolateries examinées, tout en les regroupant. L'utilisation de critères empiriques pour distinguer ces catégories de chocolateries crée donc des frontières perméables, qui sont probablement représentatives des réalités d'un marché en transformation, mais qui ne sont pas suffisantes pour penser le *bean-to-bar* en tant que filière distincte. De plus, le fait que les chocolatiers *bean-to-bar* distinguent leur filière en se distanciant de celle du chocolat conventionnel rend ardue la tâche de la définir sur la base de critères positifs. Les chocolateries *bean-to-bar* transforment des volumes de fèves plus petits, s'approvisionnent à travers moins d'intermédiaires et adaptent mieux leurs étapes de transformation aux fèves de cacao que le font les chocolateries conventionnelles.

Cette réflexion m'amène à croire que la définition du chocolat *bean-to-bar* ne peut se restreindre à une liste de facteurs empiriques. Il serait plus efficace de définir la filière *bean-to-bar* par la posture que ses chocolatiers adoptent par rapport à la filière conventionnelle que de la définir à travers des critères empiriques. Ultimement, ces indicateurs renvoient tous à ce positionnement. Ce qui rapproche le plus ces chocolatiers est donc un certain désenchantement vis-à-vis de l'industrie du chocolat conventionnel et la croyance profonde qu'il est possible de faire les choses autrement. C'est ce qu'indique ce passage où les chocolatiers de Dandelion, à San Francisco,

racontent comment le mouvement de confection de chocolat *bean-to-bar* a démarré avec les chocolatiers de la compagnie Scharffen Berger en 1996 :

This is when cacao's spectrum of flavor started to dwindle. Factories scaled up production and, looking for consistency, blended different varieties of beans and roasted them heavily enough to wash out their character. Sameness and low cost won out over flavor and nuance, and within a generation or two, chocolate became little more than sweet brown candy with a monotone flavor. So much potential and flavor was gone, and, with it, the story that chocolate is actually from somewhere - somewhere specific.

But about twenty years ago, the wheels of a new chocolate movement started to turn slowly. Around this time in the United States, John Scharffenberger and Robert Steinberg entered the scene. Steinberg was a physician who'd fallen in love with European chocolate, and Scharffenberger was a winemaker who was probably intrigued by terroir, seasonality, and complex flavors. They went on to build a chocolate factory in Berkeley, California, and, as clichéd as this sounds to say, it changed everything (Masonis et al. 2017, 16).

Ici, les chocolatiers mettent de l'avant les caractéristiques de la filière du chocolat conventionnelles desquelles ils se distancient pour proposer une filière qui est constituée autour de la primauté des saveurs du cacao. À son tour, la journaliste Megan Giller décrit le mouvement⁶ *bean-to-bar* relativement à la filière conventionnelle :

Bean-to-bar chocolate doesn't always taste better than industrial chocolate, but it generally means that the chocolate is made with better ingredients and with a lot of care. Bean-to-bar makers want to celebrate the unique flavors of each type of cocoa and each batch of high-quality beans. They spend a lot of time bringing out those flavors notes and just enough sugar to bring out the sweetness and creaminess already in the cocoa (Giller 2017, 17).

⁶ Je parle de mouvement *bean-to-bar* étant donné que le phénomène de transformation de chocolat est en constante expansion. Depuis que les chocolatiers de Scharffen Berger ont défini leurs tablettes comme du chocolat *bean-to-bar*, le nombre de chocolatiers qui se réclament du terme et sortent leurs aspirateurs, séchoirs à cheveux et extracteurs à jus de leurs armoires pour assembler des chaînes de production de chocolat à petite échelle a explosé à travers le monde (Giller 2017 : 35). À titre d'exemple, après avoir sorti ses guides globaux de la bière, du café et des distilleries, Lonely Planet a édité son premier *Global Chocolate Tour* (Lonely Planet Food 2020), qui inclut autant de chocolateries *bean-to-bar* que de visites à des plantations de cacao fin. Dom Ramsey, auteur, dégustateur, et cofondateur du club de chocolat Cocoa Runners à Londres, recense 273 compagnies *bean-to-bar* dans 49 pays différents, dont près de la moitié (106) se retrouvent aux États-Unis (Ramsey 2019). Pour donner une idée de l'ampleur du phénomène, cette liste est encore en production et est loin d'être exhaustive. En effet, de nouveaux noms apparaissent chaque année dans les listes des gagnants des prix internationaux du chocolat ainsi qu'aux divers salons du chocolat, qui donnent rendez-vous annuellement aux acteurs de l'industrie partout à travers le monde.

Les caractéristiques que nomme la journaliste dans cet extrait prennent toutes l'industrie du chocolat conventionnel comme point de référence. Mises ensemble, elles forment une critique de la filière conventionnelle, c'est-à-dire qu'elles s'en détachent, voire qu'elles sont antonymes à certaines caractéristiques que les chocolatiers *bean-to-bar* posent comme étant constitutives de l'industrie dominante du marché du chocolat. Les chocolatiers *bean-to-bar* peuvent être regroupés par des pratiques qui favorisent la traçabilité, par des petits volumes de production ou encore par une façon spécifique d'effectuer les étapes de transformation en fonction des fèves. En résumé, tous ces critères renvoient à la vision qu'ils entretiennent de la filière conventionnelle.

Dans la section suivante, j'examine donc l'histoire de la filière du chocolat conventionnel à travers les bouleversements sociaux qui ont permis son développement technologique et économique, soit la colonisation et l'industrialisation, processus dont cette filière est toujours héritière. Retracer ce parcours me permet de mieux mettre en lumière les dynamiques auxquelles s'opposent les chocolatiers *bean-to-bar* pour ultimement appréhender ce qu'ils proposent et créent de nouveau avec leur filière. Dans la dernière section de ce chapitre, je décris les choix théoriques et méthodologiques grâce auxquels je mets de l'avant les articulations entre les projets des acteurs de la filière, soit l'économie morale, mais aussi le concept de valeur de David Graeber (2001) ainsi que la méthode de l'ethnographie multisituée (Marcus 1995).

1.1 De la Mésoamérique préclassique au Nesquik : une genèse économique, politique et technique du goût

La filière dominante de l'industrie du chocolat est orientée par des principes de confection comme la standardisation, l'homogénéité et la consistance des procédés de transformation. Ces conventions, comme l'industrie qu'elles définissent, ont toutefois une lourde histoire, marquée par 1) l'approvisionnement en cacao des empires coloniaux grâce à l'assujettissement des populations colonisées, 2) l'intensification de la production cacaoyère à partir d'un échantillon de cultivars limité génétiquement, 3) la cotation en bourse du cacao et 4) la concentration de la confection du chocolat entre les mains de multinationales. Ces facteurs ont tous contribué à former le goût des consommateurs comme les rôles des différents acteurs de la filière du chocolat. Ceci est dû au fait que les multinationales que sont les Big Five et les grands broyeurs,

soit les plus gros acheteurs de cacao et les plus grands producteurs de chocolat, s'inscrivent dans la continuité de cette histoire coloniale. C'est ce que je montre ici par une lecture de cette histoire qui met en lumière comment les chocolatiers *bean-to-bar* s'élèvent non seulement contre les normes de confection de l'industrie, mais aussi contre les processus historiques derrière.

La conception du chocolat sous la forme de tablettes telles que connues aujourd'hui s'est effectuée sur un temps très long, et a été caractérisée par plusieurs innovations qui en ont modifié les indicateurs de qualité au fil du temps. Ces innovations ont été permises par l'engouement des empires coloniaux par le goût du cacao et par leur contrôle politique des colonies faisant partie de la ceinture tropicale mondiale où est cultivé le cacao (vingt degrés au nord et au sud de la ligne équatoriale). Le chocolat est transformé à partir de la fève du cacaoyer, ou *Theobroma cacao*, un arbre qui, d'après les hypothèses les plus récentes, serait natif du bassin amazonien, mais qui est déjà présent depuis plusieurs milliers d'années dans toute la Mésoamérique au moment de la colonisation espagnole. La fève de cacao demande plusieurs étapes de transformation, car son goût cru est très amer. Il y a 4000 ans, la pulpe de cacao était consommée de l'Amérique du Sud jusqu'en Mésoamérique, mais ce sont les Olmèques de la région actuelle de Soconusco, au Mexique, qui sont les premiers à effectuer les étapes de transformation des fèves en boisson de chocolat. Ils fermentent les fèves de cacao, les sèchent au soleil, les torréfient sur des plaques d'argile puis les broient sur des dalles de pierre avant de les vanner pour les diluer dans de l'eau, comme ils faisaient déjà avec d'autres grains comme le maïs, les haricots ou les graines de courges (Coe et Coe 2007, 22 ; Presilla 2009, 10).

Le premier contact des colons européens avec le chocolat à boire serait celui de la flotte de Christophe Colomb en 1492 (Norton 2008, 44), mais ce n'est qu'au cours du début du siècle suivant que les Espagnols sont introduits au cacao et qu'ils commencent à y prendre goût (Coe et Coe 2007, 130 -31). Très tôt, le chocolat est associé à la commensalité et au luxe, alors que les missionnaires et marchands revenant d'Amérique l'offrent aux généraux, cardinaux, papes et nobles d'Espagne. Le chocolat en tasse devient rapidement obligatoire à toute réception de la noblesse européenne (Norton 2008, 146-47 ; 175). On l'adoucit avec du sucre blanc qui, d'après Sidney Mintz (1986), est à l'époque la forme la plus prestigieuse de sucre puisqu'elle est la plus

pure et la plus dispendieuse. Le sucre blanc fait déjà partie des normes d'hospitalité chez les nobles et se retrouve sur toutes leurs tablées (Mintz 1986).

Dès le XVII^e siècle, la consommation du chocolat en tasse se répand en dehors de l'aristocratie, spécialement en Angleterre où les maisons de café et de chocolat deviennent le lieu de rencontre d'une élite qui se réunit pour parler politique et affaires. Le chocolat est importé des colonies espagnoles jusqu'au continent jusqu'en 1630. Les Européens les plus fortunés le consomment comme les nobles aztèques, avec de l'achiote, de la vanille et plusieurs autres aromates natifs d'Amérique, comme la fleur d'*orejuelas* ou le piment *mesasuchial*. Marcy Norton explique comment les premiers chocolatiers qui s'établissent à Madrid vers 1630 tentent de remplacer les épices utilisées dans les recettes aztèques par des ingrédients comme la cannelle ou le clou de girofle, plus accessibles et moins taxés par l'Empire espagnol que les denrées venant du Nouveau Monde. Les recettes du chocolat commencent à être modifiées au goût des Européens. Peu à peu, le chocolat cesse d'être associé aux recettes mésoaméricaines qui l'ont fait connaître dans le Vieux Monde et, dès le XVIII^e siècle, seules la cannelle et la vanille apparaissent aux côtés du cacao dans les tasses de la haute société européenne (Norton 2008, 168-72).

Alors que le cacao avait jusqu'alors surtout été exporté par les Espagnols de Mésoamérique, la culture du cacao s'intensifie vers la côte atlantique de l'Amérique du Sud et de l'Amérique centrale par l'entremise des colonies espagnoles au Venezuela et en Équateur, françaises en Martinique, britanniques à Trinidad, hollandaises dans les îles de Curaçao et d'Aruba (côte vénézuélienne) et portugaises au Brésil. Il est possible de retracer la trajectoire des variétés de cacao implantées dans les autres pays de la ceinture tropicale mondiale par ces empires selon les cultivars qui étaient alors produits dans ces quatre pays. Au XVI^e siècle, les Hollandais sont les premiers à mettre en place des plantations de cacao à l'extérieur du continent américain, dans leurs colonies en Indonésie et en Malaisie (Zhang et Motilal 2016, 12 ; Young 2007, 37-38). Les empires européens reposent sur l'esclavage des populations natives aux régions colonisées pour la production de cacao, mais vers 1650, elles sont déjà trop décimées et les États se tournent plutôt vers l'importation d'Africains assujettis à l'esclavage pour répondre à la demande montante en cacao. C'est à ce moment que la production se déplace de la Mésoamérique vers l'Équateur et le Venezuela. Ce dernier est le premier producteur mondial jusqu'au XIX^e siècle, en

raison de son accès à l'Atlantique et de la facilité d'y exporter de la main-d'œuvre esclavagisée, tout comme au Brésil et aux îles de Tobago et Trinidad, qui deviennent à la même époque de grands fournisseurs en cacao (Leissle 2018, 37).

Vers le début du XVIII^e siècle, les maisons de chocolat continuent à se multiplier à Londres et, sous cette impulsion, en 1730, la première manufacture chocolatière est fondée par le quaker Joseph Fry. Il est suivi par les Cadburys et les Rowntrees, qui établissent aussi avec succès des entreprises chocolatières en Angleterre. Aux États-Unis, Baker's Chocolate Compagny, la première manufacture de chocolat américaine, est fondée au Massachusetts en 1779. En 1822, avec cette augmentation de la consommation en Angleterre et aux États-Unis, la production de cacao à l'extérieur des continents américains prend pour la première fois une tournure commerciale sous l'initiative des Portugais, avec l'implantation de productions de cacao à l'île de Príncipe. Le XIX^e siècle voit une démocratisation de la consommation de chocolat avec la baisse des coûts de production et d'importation depuis l'Amérique sous l'impulsion de la première phase industrielle (Zhang et Motilal 2016, 12 ; Young 2007, 36-37).

Également au cours du XIX^e siècle, les Britanniques ouvrent la route du cacao vers l'est, suivant la trace des Hollandais, en implantant du cacao de Trinidad dans leurs colonies en Inde, en Indonésie, en Tanzanie (d'où il rejoindra Madagascar), en Australie et aux îles Samoa et Fiji. En 1828, le chimiste hollandais Van Houten dépose la demande de brevet d'une machine qui permet de séparer le cacao du beurre de cacao et introduit l'ajout de sels alcalins dans le chocolat, procédé qui est appelé jusqu'à nos jours le *dutching**, et qui permet de rendre le chocolat plus soluble dans l'eau et moins amer. Les tablettes de chocolat produites en masse sont encore confectionnées grâce au cacao dégraissé obtenu par ces techniques, tout comme le cacao en poudre disponible sur les étagères des épiceries. En 1847, la première tablette de chocolat est fondue par l'héritier de Joseph Fry, grâce à une technique qui lui permet de dissoudre le cacao dégraissé dans du beurre de cacao plutôt que dans de l'eau. C'est l'invention de la liqueur de cacao*, la pâte formée du cacao broyé, qui permet de mouler le chocolat dans la forme solide désirée (Coe et Coe 2007, 158-65 ; Young 2007, 37-38).

Du milieu du XIX^e au milieu du XX^e siècle, l'industrialisation de la production du chocolat et la démocratisation de sa consommation ne cessent de faire augmenter la demande en cacao. Toutefois, ce phénomène arrive conjointement avec la décolonisation de l'Amérique et l'anéantissement de la production en Équateur en raison d'une épidémie de la maladie dite « du balai de sorcière ». Alors que les empires coloniaux perdent leur emprise sur les pays producteurs en Amérique, qui ne peuvent de toute façon suivre la demande, ils se tournent alors vers le continent africain. Vers 1822, la production de cacao rejoint l'île de São Tomé depuis l'île de Príncipe, avant d'être introduite à l'île de Bioko par les Espagnols vers 1836, puis à plusieurs reprises vers les colonies françaises et britanniques d'Afrique de l'Ouest, comme la Guinée Équatoriale, le Nigéria et le Cameroun. C'est cependant au Ghana, à la suite de l'introduction de cacao de type *amenolado* de Bioko en 1876, que le cacao connaîtra son plus grand succès en Afrique de l'Ouest, où la production rejoindra la Côte d'Ivoire vers 1890 (Leissle 2018, 39-41 ; Young 2007, 42). En 1900, São Tomé et Príncipe, colonies portugaises, produisent le tiers de la production mondiale, mais reposent sur l'esclavage de travailleurs d'Angola, qui sortent du pays avec la promesse de pouvoir retourner chez eux après cinq ans de travail, mais qui en réalité, ne reviennent jamais. Cette histoire révélée dans les périodiques britanniques pousse des activistes à faire pression sur les compagnies qui achètent de ces îles, comme Cadbury, qui acheta près de la moitié de son cacao à São Tomé en 1900. Les moyens de pression font éventuellement effet et, en 1909, Cadbury boycotte São Tomé. L'industrie chocolatière est alors à la recherche de cacao qui n'est pas entaché par l'esclavage et, pour leur part, la France et la Grande-Bretagne cherchent à fournir leurs économies nationales en fèves. Comme cette plante produit très bien dans leurs colonies d'Afrique de l'Ouest, les autorités coloniales des deux pays appliquent des méthodes comme des quotas en fèves ou un système de taxation pour y faire croître la production. Au Ghana et en Côte d'Ivoire surtout, l'imposition de taxes poussera les agriculteurs à passer d'une agriculture de subsistance à une agriculture commerciale, comme le cacao, afin d'avoir accès à du capital. C'est à partir de ce moment que la production de cette matière première en Afrique de l'Ouest dépasse celle de l'Amérique. Elle reste jusqu'à ce jour la région fournissant la plus grande part du cacao consommé dans le monde.

Les dernières innovations techniques marquantes dans l'industrie du chocolat arrivent vers la fin du XIX^e siècle. C'est à cette époque que les grands noms actuels du chocolat font leur renommée en proposant des processus de transformation qui marqueront l'industrie du chocolat jusqu'à aujourd'hui. Ces inventions les doteront de l'autorité dont ils disposent jusqu'à maintenant en matière de transformation du cacao, fixant les normes de confection du chocolat et permettant à leurs compagnies d'entamer une croissance économique étalée sur près d'un siècle et demi. En 1879, plusieurs innovations voient le jour, dont une issue de l'association entre Henri Nestlé, chimiste suisse et inventeur du lait en poudre, et Daniel Peter, manufacturier de chocolat, qui créeront ensemble la première tablette de lait au chocolat. La deuxième innovation est la conche* du manufacturier Rudolf Lindt, une machine qui a pour but de développer les saveurs de la liqueur de cacao et de la rendre plus onctueuse en diminuant la taille des particules de cacao. Le processus à l'œuvre est une simple friction par mélange de la pâte de cacao durant plus ou moins 72 heures. La technique du conchage* marque un tournant dans l'industrie chocolatière puisqu'elle donne la texture fondante caractéristique du chocolat, qui était auparavant beaucoup plus râpeux. Elle est adoptée par l'ensemble de l'industrie. Avec l'invention du tempérage, qui permet d'obtenir un chocolat dont la texture et la couleur sont uniformes et stables, le conchage est l'une des dernières innovations qui ont contribué à faire de la tablette de chocolat le produit manufacturé et accessible qu'il est aujourd'hui (Coe et Coe 2007, 158-65). Vers la fin du XIX^e siècle, autant la technification de la transformation du cacao que la globalisation de la culture du cacao sur laquelle elle repose sont aussi avancées qu'elles peuvent l'être (Leissle 2018, 37).

Le développement de la manufacture du chocolat en Europe et en Amérique du Nord n'aurait pas été possible sans la colonisation et l'esclavage des populations des continents qui composent aujourd'hui le Sud global. Le marché actuel du cacao est structuré selon des dynamiques établies durant l'ère coloniale, dynamiques de pouvoir qui perdurent aujourd'hui. Le travail duquel les industriels du chocolat ont capté la valeur, et grâce auquel ils construisent toujours leur empire, est celui des agriculteurs et agronomes des pays producteurs de cacao. Sans la production du cacao dans les colonies et sans les innovations agraires qui ont permis de cultiver des variétés de cacao moins sujettes aux maladies et produisant plus de fruits, l'industrie du chocolat n'aurait pas vu le jour. À titre d'exemple, 1945 est l'année qui marque la dernière introduction de cacao en

Afrique de l'Ouest. Des cultivars de cacao de Trinidad, développés par le Département d'Agriculture de Trinidad, sont introduits au Ghana et sont à l'origine de tout le cacao produit depuis les années 1960 en Afrique de l'Ouest (Young 2007, 42). Au cours de cette même décennie, le Ghana, nouvellement indépendant, se positionne comme premier producteur mondial de cacao. Avec la baisse du prix du caoutchouc et celui déjà très bas du café, les agriculteurs voient en l'insatiabilité de l'Europe pour le cacao un revenu durable. La production cacaoyère au Ghana et en Côte d'Ivoire sera également propulsée par les vagues de migrants favorisées par les autorités coloniales et par leur désir de voir les terres non occupées se rentabiliser. Ces migrations continueront près d'un siècle après l'indépendance des deux pays (Leissle 2018, 42-43). Vers la fin des années 1970, la production de la Côte d'Ivoire dépasse celle du Ghana et, en 2017, la Côte d'Ivoire produit près de 40 % de la production mondiale de fèves de cacao et le Ghana 17 %. En ajoutant la production du Nigéria et du Cameroun, on obtient un total de près de 68 % de la production mondiale de cette matière première, avec un bassin génétique relativement petit (FAO 2017). L'Afrique de l'Ouest fournit donc majoritairement l'industrie du chocolat, qui est surtout composée des firmes multinationales qui ont contribué à former des tendances nationales en matière de préférences chocolatées.

Ces compagnies, soit Nestlé, Hershey, Mars, Ferrero et Mondelez (qui possède Cadbury), qui composent les Big Five, sont d'ailleurs responsables de l'établissement des conventions gustatives de l'industrie du chocolat, entre autres, de l'uniformisation des saveurs du cacao. Des entreprises comme Cadbury, en Angleterre, ou Hershey, aux États-Unis, ont rapidement dominé le marché du chocolat dans leur pays respectif, comme l'explique Kristy Leissle (2018). Ils ont été les premiers à produire massivement des tablettes de chocolat au lait, comme la Dairy Milk de Cadbury, créée en 1905 et encore vendue aujourd'hui. L'auteurice explique que les recettes de ces compagnies en sont venues à définir le chocolat lui-même : « *There is an emotional power that comes with predominance by so few. Cumulatively, the effect of their brand repetition is that chocolate itself may become understood, categorically, as the products made by these companies* » (Leissle 2018, 75). Leur succès repose donc sur leur capacité à manufacturer de manière continue et homogène les tablettes de chocolat que les consommateurs apprécient tant, en reproduisant la saveur plus acidulée des chocolats états-uniens qu'a entraînée la popularité

d'Hershey ou le bec sucré que les créations de Cadbury ont engendré en Grande-Bretagne. Pour les consommateurs, la saveur du chocolat s'exprime sous la signature de ces marques de commerce et de l'éventail de leurs produits (Leissle 2018, 75). En dépit de la pléthore de marques sous lesquelles sont mis en marché les produits de ces compagnies, les chocolats qui se trouvent sous l'emballage demeurent uniformément sucrés, fondants, et présentent d'une fois à l'autre les mêmes saveurs de cacao.

Les premiers succès commerciaux des Big Five, toujours vendus maintenant, leur ont permis de capter la majeure partie des parts de marché mondiales des ventes de chocolat (Leissle 2018, 73). Pour assurer leur pérennité, ces compagnies n'ont donc pas eu besoin d'innover de manière radicale dans la transformation du chocolat depuis le siècle dernier. Le procédé industriel qui permet le passage du cacao au chocolat est essentiellement le même. Aussi, puisque la constance est le mot d'ordre sur le plan des saveurs, les standards de qualité pour les fèves de cacao conventionnelles se résument à ce que les fèves soient propres et homogènes, sans égard pour la diversité du cacao, ce que récusent les chocolatiers *bean-to-bar*. De cette façon, les industriels peuvent mélanger les origines de fèves afin d'arriver à la saveur qui caractérise leur nom (Leissle 2018, 75-76). Leur succès repose également sur les prix auxquels ils réussissent à se procurer le cacao et l'économie d'échelle qu'ils mettent en place en transformant le cacao à la tonne, leur permettant de vendre le chocolat à des prix dérisoires. À titre d'exemple, Nestlé a acheté plus de 400 000 tonnes de cacao pour l'année 2019 (Nestlé 2020). L'anthropologue Carla Martin, fondatrice du Fine Cacao and Chocolate Institute (FCCI), explique que les histoires coloniales de cultures comme le cacao, le sucre, le thé, le café et le tabac en ont fait des denrées accessibles aux classes moyennes de l'Europe et de l'Amérique du Nord coloniale, puisque leur production reposait sur l'esclavage des peuples colonisés. Le problème est que, même après l'indépendance des pays producteurs, les prix de ces matières premières sont demeurés très bas, puisque les marchés sur lesquels circulent ces produits se sont mis en place sur le dos de la main-d'œuvre esclavagisée, contribuant à former des attentes du côté des consommateurs par rapport aux prix de ces denrées et à leur accessibilité (Heineck 2019).

Ce qui précède montre ainsi que les standards actuels du chocolat, sur le plan de la production comme de la consommation, résultent du développement du marché global du cacao depuis l'ère

coloniale, plus précisément, depuis la révolution industrielle au Royaume-Uni. En effet, cette dernière s'est accompagnée d'une démocratisation de la consommation de chocolat. Les gros joueurs de la filière du chocolat, avec l'aide des empires coloniaux, qui se sont assurés de leur approvisionnement en matières premières, ont structuré le marché du cacao et dessiné le visage de la filière jusqu'à aujourd'hui. Le cas de la production au Ghana et en Côte d'Ivoire, rapidement discuté plus haut, est un parfait exemple de la pérennité des dynamiques coloniales après le retrait des empires coloniaux de la gouvernance des pays assujettis. Spécialement en Côte d'Ivoire, le gouvernement colonial français a profité des mouvements migratoires préexistants dans l'Afrique subsaharienne pour orienter les migrants vers les zones agricoles et minières et ainsi se munir de main-d'œuvre pour rentabiliser ces régions. Cependant, après l'indépendance du pays en 1960, le premier président met en place une politique pour octroyer des droits fonciers à ceux qui rentabiliseront la terre, ce qui, tout comme les taxations et les quotas implantés par le gouvernement colonial auparavant, aura pour effet de favoriser un modèle agricole commercial au détriment d'une agriculture vivrière. C'est grâce à des politiques de ce genre que la Côte d'Ivoire deviendra le plus grand producteur de cacao du globe (Leissle 2018, 124).

Le modèle de captation de la valeur des ressources des anciennes colonies profite donc encore aux broyeurs de cacao du Nord global. La façon dont les Big Five transforment le cacao, de manière à faire apparaître cette ressource naturelle diverse comme un produit manufacturé homogène, standardisé et plus qu'abordable, contribue à invisibiliser le rôle des cacaoculteurs, qui demeurent les acteurs les moins bien rémunérés de toute la filière (VOICE Network 2015, 34-35). Et si le goût du chocolat et les saveurs du cacao étaient des enjeux moraux ? Est-ce que modifier ce modèle de transformation du cacao hérité de l'ère coloniale peut impulser des relations plus éthiques au sein de la filière, tout en proposant un bien meilleur chocolat aux consommateurs ? C'est le pari qu'ont maintenant pris des centaines de chocolatiers *bean-to-bar* à travers le monde, en se positionnant contre la standardisation du chocolat et l'homogénéisation des saveurs du cacao pratiquées par l'industrie du chocolat conventionnel.

1.2 Retour vers l'authenticité du cacao

Dans le panorama mondial très uniforme de la production, de l'échange et de la transformation du cacao, les chocolatiers *bean-to-bar*, avec leurs tablettes de chocolat d'origines et leurs notes de dégustation, rompent radicalement avec les standards établis sur près d'un demi-millénaire. Ils remettent en question la façon dont le cacao est cultivé, échangé et transformé sans prise en compte des particularités des fèves et de la diversité de leurs variétés. Comme Megan Giller, journaliste culinaire américaine et autrice du livre *Bean-to-Bar Chocolate : America's Craft Chocolate Revolution* (2017), l'explicite, les chocolatiers *bean-to-bar* sont très critiques à l'égard des standards de goût développés par les géants de l'industrie chocolatière :

All chocolate is made from the bean, but bean-to-bar chocolate has come to mean something distinct. For contrast, most of the chocolate that we eat is made by big companies. They mix low-quality cocoa beans from all over the world in big batches and then overroast them and add a ton of sugar, vanillin (fake vanilla!), cocoa butter, and emulsifiers like soy lecithin to guarantee that the taste and texture are always the same. What we think chocolate tastes like is usually just sugar and vanilla [...] This type of product is generally called industrial chocolate, and though not all of it is bad, it's often a shorthand way of saying that low cost and consistency are the primary goals (Giller 2017, 16).

Dans cet extrait, Giller, en définissant la frontière telle qu'elle la perçoit entre le chocolat conventionnel et le chocolat *bean-to-bar*, condamne plusieurs caractéristiques du chocolat que le consommateur moyen ne décrirait pas comme étant mauvaises. Elle fait le procès des grandes productions de chocolat, de leurs techniques de torréfaction, des ingrédients qu'ils utilisent, de leur uniformité en matière de saveurs et de texture, ainsi que de leur volonté de toujours réduire les coûts. Elle trace une ligne entre ce qui est bon et ce qui est mauvais, redéfinissant le chocolat, allant même jusqu'à affirmer que le chocolat produit par les grandes compagnies ne goûte pas le cacao, sinon seulement le sucre et la vanille, avançant que, en tant que consommateurs, nous n'avons pas accès au goût du cacao à travers le chocolat industriel. Indirectement, ce type de discours décrit les compagnies chocolatières comme étant malhonnêtes. Leur façon de produire du chocolat devient immorale. Comment peut-on vendre aux consommateurs un aliment dont le principal ingrédient est le cacao, mais qui ne goûte pas le cacao ? Dans cette optique, l'uniformité du goût du chocolat n'est pas perçue comme une qualité, sinon comme un gaspillage de fèves de

cacao dont les saveurs et la texture sont masquées par d'autres ingrédients, alors qu'elles devraient être les vedettes du chocolat, celles qui déterminent sa qualité.

Le chocolat *bean-to-bar* apparaît comme une porte vers cette authenticité du cacao, vers le monde de saveurs qu'il offre. Les chocolatiers *bean-to-bar* développent leur définition du chocolat autour de la matière première, en orientant tous leurs choix par rapport à la filière et à ses pratiques par rapport à la mise en valeur du cacao, de sa diversité, ainsi que des déclinaisons de son éventail de saveurs. Il faut comprendre que la filière *bean-to-bar* est mise en place en opposition par rapport à certaines normes de l'industrie du chocolat conventionnel, mais sans en changer complètement les pratiques. Les techniques développées par l'industrie chocolatière demeurent un passage obligé dans la confection d'une tablette, qui nécessite une transformation physique et chimique du cacao, par le broyage des fèves, par leur passage à différentes températures précises, mais aussi par l'évaporation de certains composants gustatifs. Les chocolatiers *bean-to-bar* conservent les méthodes de transformation nécessaires à la confection de tablettes, mais ils décrient certaines normes de l'industrie : 1) la standardisation gustative du chocolat amené par la concentration de la production, elle-même causée par la création de multinationales chocolatières, ainsi que par la raréfaction des chocolatiers au profit de chocolatiers-pâtisseries dont la matière première est le chocolat plutôt que le cacao, 2) la préférence pour des variétés à haut rendement, sans préoccupations pour leur saveur, qui a été engendrée par l'intensification de la production pour les besoins des empires coloniaux et comme moyen pour les populations colonisées d'avoir accès à du capital, amenant une négligence pour la conservation de la biodiversité cacaoyère et 3) la (dé)régulation des prix du cacao par les marchés boursiers et la multiplication des intermédiaires de la filière à la recherche de plus-value, engendrant une rémunération des cacaoculteurs inférieure à ce que représente un revenu vital de base.

Comme l'exprime Carla Martin, les priorités des chocolatiers *bean-to-bar* diffèrent de celles des acteurs de l'industrie du chocolat conventionnel : « [...] *we are prioritizing, in the [craft chocolate] industry, flavor and quality above all else while at the same time making very strident claims about the social, economic, environmental responsibility of what we're doing* » (Heineck 2019). Des aspirations gastronomiques des chocolatiers *bean-to-bar* émergent des préoccupations morales

quant au respect et à l'appréciation de la matière première, de ses producteurs et de leurs savoirs, tel qu'il l'est exprimé dans la déclaration de l'organisation Direct Cacao, signée entre autres par les fondateurs de la compétition International Chocolate Awards, ainsi que par les propriétaires des chocolateries Guittard, Amano, Pacari et Morin :

We, the undersigned chocolate makers, chocolatiers, cacao growers, writers and tasters, gathered here at the first point of the first European contact with cacao on the island of Guanaja, declare our intention and desire to reverse 510 years of neglect and disregard for the flavour quality of cacao.

We declare that this precious resource, which brings pleasure to so many, should not be treated as a mere commodity and that the work of those who grow cacao, without whom there would be no chocolate, should be given its due respect and value. We declare that we will work and strive for the recovery of heritage cacao and to preserve and protect this valuable resource (Direct Cacao 2012).

Comment appréhender le virage naturalisant qu'effectuent les chocolatiers *bean-to-bar* en ce qui concerne l'approvisionnement et la transformation du cacao, et les effets que leurs préoccupations morales ont sur la manière dont les producteurs de cacao s'insèrent dans ce nouveau marché du cacao fin ? En considérant les positionnements que les chocolatiers prennent par rapport à la filière conventionnelle en tant qu'une économie morale dont les valeurs redéfinissent ce que sont des pratiques éthiques pour chacun des acteurs de la filière, il devient possible d'analyser les articulations de cette économie morale avec celle de la production du cacao fin à laquelle participent les producteurs de cacao. Une analyse des valeurs par lesquelles les acteurs valorisent leur participation à ces économies morales permettra de comprendre comment la production de cacao fin et de chocolat *bean-to-bar* produit les espaces où elle s'inscrit (Guthman 2009, 192). En définissant le mouvement des chocolatiers *bean-to-bar* comme des économies morales, il n'est plus nécessaire de tenter de faire le découpage entre la filière conventionnelle et *bean-to-bar* sur le plan du volume de production, de processus de fabrication ou de nombre d'intermédiaires sur la chaîne d'approvisionnement. En prenant les valeurs des économies morales *bean-to-bar* en tant qu'un tout, les caractéristiques de la filière *bean-to-bar* qui, prises isolément, apparaissaient comme étant identiques à celles d'une filière conventionnelle de chocolat, prennent dorénavant d'autres couleurs puisqu'elles deviennent des

pratiques éthiques qui réfèrent aux valeurs d'une économie morale *bean-to-bar*⁷. L'hétérogénéité des pratiques *bean-to-bar* n'est alors plus un obstacle à la définition du *bean-to-bar* en tant que filière. Ces pratiques éthiques deviennent des variantes interprétatives des valeurs des économies morales *bean-to-bar*, et ne deviennent que plus de conduites s'y rapportant. L'économie morale est toutefois plus qu'un agrégat de valeurs et de principes moraux. La section suivante est consacrée à la définition des outils conceptuels choisis, dont celui d'économie morale, maintes fois repris en anthropologie.

1.3 Une approche ethnographique de la filière bean-to-bar : cadre conceptuel et méthode

Le concept d'économie morale tel que popularisé dans les sciences sociales par E.P. Thompson et repris en anthropologie par le politicologue James C. Scott servira ici à mettre en lien les chocolatiers *bean-to-bar* et les producteurs de cacao fin pour comprendre quelles sont les valeurs qu'ils attribuent au cacao et au chocolat et qui les motivent dans leurs projets respectifs et comment ces dernières s'articulent le long de la filière. La notion de valeur en tant que potentiel d'action développée par David Graeber sera utilisée afin d'identifier les valeurs des économies morales des chocolatiers et des cacaoculteurs. J'utiliserai également l'approche française de la filière afin de tracer les contours de l'objet d'étude et de constituer les groupes d'acteurs qui participent à la production du chocolat *bean-to-bar*. Dans les sections suivantes, je définis ces concepts avant de terminer sur une brève description des collectes de données multisituées (Marcus 1995) qui ont servi à la rédaction de ce mémoire.

⁷ « Moral(e) » et « éthique » sont utilisés ici de manières distinctes en s'inscrivant dans le paradigme foucauldien. Pour Foucault, un code moral est constitué de valeurs et de principes moraux qui sont diffusés et reproduits et qui peuvent être contestés, et la conduite éthique, correspond à la manière dont un agent se définit comme un sujet éthique en référence au code moral qui lui est prescrit (Fassin 2012). L'éthique apparaît alors comme un espace de réflexion pour les agents sur le ou les codes moraux avec lesquels ils doivent composer pour se constituer comme sujet éthique et leur permet de se questionner sur les valeurs morales qu'ils aspirent à respecter, et même de jeter les bases d'un nouveau code (Massé 2009, 26-29).

1.3.1 L'économie morale : articuler les acteurs de la filière

Le concept d'économie morale autour duquel j'ai construit cette recherche a été le sujet en sciences sociales de nombreuses relectures (Fassin 2012). Ce travail se veut en continuité avec les approches de l'historien E.P. Thompson et de l'anthropologue et politicologue James C. Scott. Ces derniers ne sont certes pas les premiers à avoir utilisé l'expression « économie morale », mais ce sont leurs écrits qui ont été les plus repris sur le sujet en sciences sociales (Carrier 2017, 19). Dans son article *The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century* (1971), Thompson mobilise l'économie morale afin d'analyser les émeutes et les actes de rébellion, spontanés comme organisés, des consommateurs britanniques du XVIII^e siècle. Il avance que ces actions dissidentes n'ont pas seulement été causées par une augmentation du prix du pain, sinon qu'elles auraient plutôt été mises en œuvre en réaction à un changement rapide des valeurs morales orientant les échanges commerciaux des filières alimentaires, en particulier celle du pain. Le passage d'une filière locale dont les échanges entre les acteurs sont hautement régulés par l'État à un marché dérégulé par un laisser-faire étatique a profondément modifié le visage de la filière du pain.

Vers la moitié du XVIII^e siècle, des réglementations étatiques sur les prix et les échanges empêchent les acteurs de la filière, des agriculteurs aux boulangers, de faire des marges de profit qui dépasseraient ce qu'ils nécessitent pour subvenir à leurs propres besoins. Vers la fin du même siècle, l'application de plus en plus effacée de ces lois, jointe au processus d'industrialisation, permet surtout aux meuniers et aux marchands de faire fluctuer les prix en retenant des stocks de grains et d'augmenter leurs profits, qui seront maximisés par l'augmentation du volume de grains moulus dans les meuneries industrielles. Cette accumulation du capital chez les intermédiaires les place en situation avantageuse lorsqu'ils achètent du grain ou qu'ils vendent de la farine. D'un côté, ils peuvent toujours garder en réserve des céréales qu'ils transforment quand le prix que leur proposent les agriculteurs est trop élevé. De l'autre côté, ils peuvent imposer leur prix aux boulangers.

Thompson argumente que ce n'est pas uniquement la montée des prix du pain qui enflamme les foules. Ce serait plutôt l'indignation par rapport à l'accaparement de capital par tous les acteurs de la filière, même les plus vulnérables. Tous se mettent à user de stratégies d'augmentation des

marges de profit, ce qui engendre une baisse des standards de qualité et une augmentation des prix, au détriment du bien des consommateurs. Les citoyens, par des actes de contestation comme des émeutes, des saccages de moulin, ou des négociations lors de leurs achats, défendraient leur droit à l'alimentation, soit à manger un pain sain et accessible et à avoir préséance sur les céréales produites localement, particulièrement en période de disette. Dans ce contexte, le nouvel équilibre des rôles économiques des acteurs de la filière du pain n'est plus compatible avec l'économie morale du peuple ou des pauvres, comme la nomme Thompson. Le rôle de protection du droit à la subsistance des consommateurs les plus pauvres qu'effectuait l'État n'est repris par aucun des acteurs, à part les consommateurs eux-mêmes.

James C. Scott dans son ouvrage *The Moral Economy of the Peasant : Rebellion and Subsistence in Southeast Asia* (Scott 1976) reprend le concept d'économie morale afin d'examiner non seulement les situations de rébellion, comme Thompson, mais aussi leur absence en situation d'injustice. Il articule l'économie morale avec ce qu'il nomme l'éthique de la subsistance, qu'il décrit comme des : « [...] *economic practices grounded in social relations and moral values that involve caution regarding the vagaries of rural life, solidarity towards other members of the community, and dependence on the powerful* » (Scott 2014, 205). Pour Scott, l'éthique de la subsistance repose sur un principe qu'il nomme *safety-first*, et qui découle des conditions précaires dans lesquelles vivent les paysans, notamment pour cause des aléas de la nature et de ses conséquences directes sur leurs rendements d'année en année. Les paysans de l'Asie du Sud-Est ont donc priorisé les institutions et les relations relatives à la réciprocité villageoise, à la stratification sociale, à la taxation et à la location des terres qui stabilisent leurs revenus, et donc assurent leur subsistance, même si ces institutions les privent de la plus grosse part des surplus qu'ils pourraient générer autrement (Scott 1976, 33).

Selon Scott, c'est également à travers ce filtre du *safety-first principle* que les paysans jugent la moralité des réglementations coloniales qui leur sont imposées. L'éthique de la subsistance relève donc de ce principe sécuritaire qui structure les décisions économiques en priorisant l'assurance de la subsistance sur la maximisation des revenus, mais prend également une dimension morale. L'éthique de la subsistance, en guidant les choix des sociétés paysannes, forme également leurs valeurs et donc les principes selon lesquels ces derniers déterminent la nature

de leurs droits et les situations durant lesquelles ils sont enfreints. C'est pourquoi Scott parle de l'économie morale de l'éthique de la subsistance. Il définit l'économie morale des paysans de la façon suivante : « [...] *their notion of economic justice and their working definition of exploitation – their view of which claims on their product were tolerable and which intolerable* » (Scott 1976, 3-4). L'éthique de la subsistance, bien qu'elle ne soit pas une économie morale en elle-même, structure les valeurs de l'économie morale paysanne, comme le droit à la subsistance, que Scott reprend de Thompson. Le respect du *safety-first principle* mène les paysans à juger les pratiques de taxation de l'État, par exemple, non pas en fonction du montant soutiré par le gouvernement, mais plutôt selon les revenus restants. L'idée est donc que le droit à la subsistance d'un individu a priorité sur le droit d'un autre individu à faire du profit. Minimalement, les élites sont dans l'interdiction de toucher à la réserve de subsistance des pauvres. Au plus, elles sont dans le devoir de soutenir les pauvres en situation de disette. Selon Scott, la façon dont les paysans d'Asie du Sud-Est jaugent moralement les pratiques économiques des élites en fonction de leur propre droit à la subsistance est généralisable à d'autres sociétés paysannes, entre autres les paysans britanniques du XVIII^e siècle décrits par Thompson (Scott 1976, 33).

La démonstration de Scott a l'avantage de faire la genèse d'une économie morale en l'articulant aux particularités économiques de la vie paysanne, mais ne fournit pas de définition opérationnelle de ce qui distingue une économie morale d'un autre type d'économie. C'est d'ailleurs l'une des critiques qu'adresse Norbert Götz (2015) aux auteurs qui, comme Thompson et Scott, auraient selon lui utilisé le concept d'économie morale depuis les années 1970 comme une critique de l'économie de marché. Selon Götz, l'économie morale apparaît dans leurs écrits comme un moyen de retrouver la dimension morale d'un contexte économique qui a été détaché d'un raisonnement éthique. Götz accuse les auteurs de prendre un raccourci en ne définissant pas l'économie morale, sinon seulement en la contextualisant, comme dans le titre de l'article de Thompson, *The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century* (Götz 2015, 154-55).

Pourtant, des auteurs comme Dimitra Kofti ont depuis utilisé le concept d'économie morale pour analyser des pans de l'économie de marché. L'anthropologue propose une ethnographie de ce qu'elle nomme la production et le travail flexible au sein d'une usine en Bulgarie. Elle y examine

les solidarités, les tensions et les inégalités qui se développent entre les employés le long de la chaîne de production de l'usine pour comprendre comment ils participent ou résistent aux processus de flexibilisation ou de précarisation du travail (Kofti 2016, 434). Elle analyse comment les cadres moraux des différents groupes impliqués dans l'usine, que ce soient ceux composés des employés, des gérants, des clients ou des investisseurs, influencent les décisions prises par rapport aux politiques de production. Kofti distingue l'économie morale des « *moral frameworks* », les cadres moraux des acteurs, qu'elle définit largement comme étant constitués des valeurs morales d'un acteur ou d'un groupe d'acteurs. La définition d'économie morale de Kofti tire à la fois de Thompson et de Scott. Elle va dans le même sens que Thompson, en considérant l'économie morale comme un concept qui permet d'étudier l'articulation entre les cadres moraux d'agents et la façon dont ils jugent leurs propres décisions économiques comme celles des autres. Elle choisit toutefois comme Scott d'analyser les situations d'obligance envers l'ordre établi, malgré un sentiment d'injustice. Elle explique qu'elle ne peut considérer que, même un des groupes de l'usine, comme les travailleurs de la chaîne, partage un consensus moral à la manière dont le définit Thompson. Bien que les travailleurs partagent une activité économique, leurs postures par rapport à leur travail et aux valeurs qui structurent l'entreprise se présentent sous des formes plus hétérogènes que celles de paysans en contexte de rébellion, où les cadres moraux sont plus polarisés. Elle souligne l'importance d'inscrire l'économie morale dans un contexte précis. Elle parle donc d'une économie morale de la production flexible, mais l'aborde comme étant composée des cadres moraux des groupes d'acteurs que concerne ce phénomène et des acteurs individuels qui forment ces groupes :

As such, a moral economy of flexible production encompasses different moral frameworks of people's actions, involving social groups, individual and collective practices. At least three interconnected inquiries were necessary to further explore moral economy in analyzing flexible production: first, the kind of phenomena that a moral economic approach may analyse; second, the identification of a social group with a common moral economy; third, people's individual ideas and practices and their relation to collective moral frameworks (Kofti 2016, 436).

Comme le mentionne Kofti, un individu peut faire partie de plus d'un groupe et peut donc participer à plus d'un cadre moral, brouillant les frontières des économies morales. Elle propose donc d'analyser comment différentes économies morales s'articulent dans leurs points de

rencontre ou de divergence, parfois à l'intérieur d'un même groupe ou en relation à un seul agent, ce qu'elle considère comme plus riche que de décrire des économies morales comme étant plus simplement mises en opposition par des groupes en conflit (Kofti 2016, 438).

Un autre détachement que prend Kofti par rapport à Thompson est qu'elle considère que toutes les économies sont morales et que tous les groupes sociaux ont une économie morale, même les groupes ayant le plus de pouvoir économique. Alors que Scott et Thompson se sont concentrés sur des groupes subordonnés ou en situation précaire, elle invite à élargir la portée de l'économie morale en analysant les cadres moraux sur lesquels reposent les pratiques économiques et politiques de toutes les classes sociales (Kofti 2016, 437). Elle cite Thompson, qui, au contraire, voit l'économie morale comme une économie alternative : « *But if values, on their own, make a moral economy, then we will be turning up moral economies everywhere. My own notion of the moral economy of the crowd in the food market includes ideal models or ideology (just as political economy does), which assigns economic roles and which endorses customary practices (an alternative 'economics'), in a particular balance of class or social forces* » (Thompson dans Kofti 2016, 437). Pour Kofti, l'économie morale est un concept qui permet de se pencher sur les bases morales de toutes les économies à travers les cadres moraux de ses acteurs, tandis que pour Thompson, les économies morales sont plutôt des idéologies qui prescrivent des rôles économiques aux différentes classes sociales à travers des pratiques coutumières. La façon dont Thompson décrit l'économie morale dans l'extrait cité précédemment se rapproche de l'éthique de la subsistance de Scott, alors que ce dernier parle plutôt d'économie morale comme d'une notion de justice économique, c'est-à-dire comme le filtre à travers lequel des pratiques sont jugées comme étant de l'exploitation.

L'approche de l'économie morale qui sera utilisée dans ce travail sera celle de Dimitra Kofti (2016), soit une étude de l'économie morale qui prend en compte les cadres moraux de chaque acteur et groupe d'acteurs qui la composent, avec les rapports de pouvoir, de dépendance et d'inégalités qui caractérisent les relations entre ces acteurs. La distinction que pose Kofti entre cadre moral et économie morale permet de faire état des changements (ou de l'absence de changements) par rapport à un phénomène comme celui de la filière *bean-to-bar*. En prenant en compte les cadres moraux qui guident les actions des acteurs dans divers lieux interconnectés,

comme l'atelier de chocolatiers ou la parcelle de production, il devient possible d'analyser comment ces derniers participent aux économies morales de la confection de chocolat *bean-to-bar* et de la production de cacao fin et donc comment ces acteurs négocient leur rôle dans la filière.

Par cette approche, je propose d'examiner ces deux économies morales en relevant comment les valeurs du cacao et du chocolat y sont produites et redéfinies par rapport à celles du cacao et du chocolat conventionnels. Je m'intéresserai aux rôles et aux responsabilités qu'endossent les producteurs de cacao et les chocolatiers au sein de ces économies morales, en prenant en compte des différents cadres moraux relatifs aux relations qu'entretiennent les acteurs au travers des jeux d'échelle qu'impliquent une filière internationale, du local au global. Le décalage qui existe entre ces deux économies morales justifie la pertinence de les étudier en parallèle. En effet, les chocolatiers et des cacaoculteurs font coexister leurs projets en une même filière sans pour autant viser les mêmes objectifs ou entretenir une seule vision de leurs rôles économiques respectifs. Comment deux projets aussi riches, mais aussi différents peuvent-ils s'assembler ?

Ces projets, comme je l'explique plus bas, indiquent un changement inattendu, c'est-à-dire des professionnels bien établis qui quittent leur emploi pour fonder une petite entreprise de chocolat, s'élevant contre un monopole centenaire de la transformation du cacao, ou encore des petits agriculteurs péruviens, habitués à cultiver des variétés de fruits commerciales dans un contexte où le système coopératif est perçu avec méfiance, qui s'associent pour produire une variété de cacao native. Ces changements, s'ils s'inscrivent dans une filière capitaliste, sont difficilement justifiables par des facteurs purement économiques, puisqu'ils réfèrent à des ruptures ou des continuités du rapport que les acteurs entretiennent au milieu naturel et les responsabilités morales qu'ils entretiennent à ce milieu, que l'on parle de matériel génétique cacaoyer ou des terres communales qui servent à la petite agriculture. Par l'étude de l'articulation des économies morales auxquelles participent des chocolatiers et des cacaoculteurs, je souhaite mettre en lumière ce que les relations entre ces groupes et la convergence de leurs projets respectifs en une même filière créent d'(in)attendu. Avant d'entrer dans l'analyse, je veux d'abord poser les définitions de valeur et de filière qui viendront compléter l'approche de l'économie morale mobilisée ici.

1.3.2 Les valeurs de la filière : économiques ou morales ?

L'étude des économies morales des acteurs d'une filière présente la particularité d'aborder à première vue deux types de valeurs distinctes : les valeurs morales des acteurs et la valeur économique des produits qu'ils échangent, soit le cacao et le chocolat. Dans son ouvrage *Toward an Anthropology Theory of Value* (2001), David Graeber identifie trois types d'utilisation du mot « valeur » en sciences sociales, dont les deux mentionnées ci-dessus :

1. *“values” in the sociological sense: conceptions of what is ultimately good, proper, or desirable in human life*
2. *“value” in the economic sense: the degree to which objects are desired, particularly, as measured by how much others are willing to give up to get them*
3. *“value” in the linguistic sense, which goes back to the structural linguistics of Ferdinand de Saussure (1966), and might be most simply glossed as “meaningful difference” (Graeber 2001, 1).*

Dans un effort pour formuler une théorie anthropologique de la valeur, Graeber tente de concilier ces définitions, qu'il croit toutes être des réflexions de la même réalité. Pour ce faire, il invite à penser la valeur non pas comme des réalités fixes et prévisibles, mais en tant qu'actions dont il est possible d'observer les processus. Selon Graeber, la dialectique matérialiste de Marx représente un point de départ pour réussir à penser le social en mouvance et formuler une théorie de la valeur qui permette de rendre compte de phénomènes de changement, comme l'est ici la filière *bean-to-bar*. Cependant, la dialectique de Marx concilie difficilement les sphères matérielles, relatives à la valeur économique, et les sphères idéelles, relatives aux valeurs sociales, puisqu'elle divise la production humaine entre les infrastructures matérielles (production de nourriture ou de logement) et les superstructures idéologiques (production de lois, de religion, d'art). Pour remédier à cette limite, Graeber décide d'analyser ces deux sphères comme faisant d'abord partie du domaine de l'action humaine. Par cette approche, les actions créatrices sont réunies à leurs processus matériels, puisqu'il devient impossible de les séparer. À titre d'exemple, alors que la production matérielle de nourriture demande une réflexion, celle de l'art, idéelle, requiert un médium matériel. La valeur sociale devient donc le revers de la valeur économique, et inversement. L'anthropologue construit sa définition de valeur en tant qu'action à partir des travaux de Nancy Munn et de Marilyn Strathern :

Where Strathern starts her analysis from a web of social relationships, then, Munn starts from a notion of activity. Value emerges in action; it is the process by which a person's invisible "potency"—their capacity to act— is transformed into concrete, perceptible forms. If one gives another person food and receives a shell in return, it is not the value of the food that returns to one in the form of the shell, but rather the value of the act of giving it. The food is simply the medium. Value, then, is the way people represent the importance of their own actions to themselves—though Munn also notes that it we are not talking about something that could occur in isolation: in kula exchange, at least (and by extension, in any social form of value), it can only happen through that importance being recognized by someone else. The highest level of control over space and time is concretized simply as "fame," that is, the fact that others, even others one has never met, consider one's name important, one's actions significant (Graeber 2001, 45).

La tablette de chocolat et les fèves de cacao relèvent de ce que Graeber définit ici comme des médiums du potentiel d'action de ceux qui les ont produites et transformées. La valeur économique du cacao fin et du chocolat *bean-to-bar*, par rapport au cacao et au chocolat conventionnel, est donc le revers des valeurs sociales mobilisées pour justifier et orienter la mise en action de ces projets de production et de transformation, valeurs qui forment ultimement les économies morales de la filière du chocolat *bean-to-bar*. Suivre la trajectoire des médiums que sont les fèves de cacao devient un moyen d'accès privilégié aux actions des acteurs qui les manipulent et à la valeur que ces derniers accordent à leurs actions, que ce soit torréfier des fèves de cacao pour en faire ressortir les saveurs désirées, ou savoir quelles cabosses de cacao sont mûres pour la cueillette.

Graeber ne s'attarde pas précisément aux valeurs morales dans sa théorie de la valeur. Toutefois, il avance que c'est la définition de la valeur plutôt que l'appropriation de la valeur qui serait le but politique ultime, soit la liberté collective ou individuelle de décider ce qui vaut la peine de vivre et ce qui définit la vie meilleure (Graeber 2001, 88). La définition de cette valeur dans l'action, soit dans sa « production (le procès par lequel de l'énergie créative est déployée pour créer de la valeur), [sa] médiatisation (le médium matériel qui porte un potentiel de valeur) et [sa] réalisation (le procès par lequel la valeur passe de potentialité à réalité) » (Duchesne 2018, 226-27), comme le résume bien Duchesne dans sa lecture de Graeber (2001) devient un projet moral collectif. Dans le cas présent, examiner la définition de la valeur du cacao par ceux qui le produisent et le transforment à travers les processus productifs du cacao et du chocolat permet de comprendre comment ces acteurs développent des économies morales pour mettre de l'avant leur propre

définition de la vie meilleure, que cela signifie pérenniser la petite agriculture et les modes de vie ruraux piuranais ou vivre dans un monde où les variétés de cacao natives sont préservées et peuvent être appréciées. Ces idéaux sont formulés en opposition à des injustices identifiées par les acteurs qui participent à ces économies morales, qu'ils les aient vécues ou non, comme une carence étatique en matière d'appui à la petite agriculture péruvienne lors de situations de vulnérabilité, ou un désengagement de l'industrie chocolatière pour les conditions de travail des cacaoculteurs et pour la conservation de la biodiversité cacaoyère.

L'analyse des processus de production et de médiatisation de la valeur du cacao et du chocolat dans la filière *bean-to-bar* permettra de comprendre comment des acteurs peuvent se positionner dans le capitalisme par rapport à une injustice perpétuée envers eux-mêmes ou envers des acteurs humains comme non-humains. Cette mise en exergue des valeurs dans l'économie morale *bean-to-bar* servira également à faire ressortir comment, lorsqu'ils produisent du cacao et du chocolat, les acteurs se transforment eux-mêmes en cacaoculteurs et en chocolatiers, redéfinissant ces rôles et les responsabilités qu'ils s'imposent ou qui leur sont imposées pour les remplir.

La matière première et son parcours seront donc mon point de départ pour effectuer l'ethnographie des économies morales des acteurs de la filière du chocolat *bean-to-bar*. Je m'attarderai aux processus productifs derrière la création des valeurs du cacao et du chocolat au sein des économies morales pour comprendre comment ce travail est médiatisé dans la matière première. L'analyse mettra en lumière l'effet d'allers-retours entre la création de la valeur et sa médiatisation, ou entre la production de la valeur et les idéaux auxquels elle réfère, au sens où, comme l'indique Graeber (2001), la valeur n'existe pas sans son médium matériel. Ces processus sont donc intrinsèquement liés. Dans le but d'adopter une démarche émique, j'identifierai ces valeurs selon la perspective des acteurs, en les désignant selon des termes qu'ils utilisent eux-mêmes, ou qui en dérivent. Les termes choisis afin d'évoquer ces valeurs seront indiqués en **gras** dans le texte.

Pour relier les acteurs qui travaillent directement à la production du chocolat *bean-to-bar* et du cacao, ainsi que pour former les groupes d'acteurs de cette étude en fonction des étapes

effectuées sur la matière première, j'utiliserai le modèle de la filière. Bien que la filière en tant que concept ait d'abord été utilisée en économie et en gestion, dans les années 1950, elle a été propulsée dans les sciences sociales par le CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement), particulièrement dans les années 1980, en tant que modèle interdisciplinaire pour étudier la production agricole et ses formes d'organisation (Biénabe et al. 2017, 3). La définition suivante, formulée par des chercheurs du CIRAD sera celle que j'utiliserai pour définir les contours de l'objet de la filière *bean-to-bar* : « *From the perspective of the social sciences, the filière represents 'subsets of agents of an economy linked by the movement of a product through its transformations and who undertake exchanges between themselves'* (Griffon et al. 2001, p. 48) » (Biénabe et al. 2017, 2). Dans le cas présent, ces acteurs sont les cacaoculteurs qui produisent les fèves de cacao fermentées et séchées, les employés de leur coopérative de production, qui ensachent, vendent et exportent le cacao, puis les chocolatiers, qui transforment ces fèves en chocolat.

L'approche de la filière présente l'avantage de mettre plus « l'accent sur les processus technologiques répartis entre les différents agents constitutifs de la filière allant de la matière première à un produit fini » (Temple et al. 2011, 5) que d'autres modèles comme ceux de la *global commodity chain* (GCC) ou de la *global value chain* (GVC) (Bair 2009, 15). À la différence de ces derniers, elle permet une modélisation du travail des cacaoculteurs, des travailleurs de la coopérative et des chocolatiers en une trajectoire verticale, soit celle du cacao, même si la réalité est beaucoup plus complexe. Beaucoup d'acteurs contribuent indirectement à la production du chocolat *bean-to-bar*, que ce soit les transporteurs du cacao, les détaillants des tablettes ou les instances étatiques et les ONG qui financent les coopératives de producteurs ou les petites entreprises des chocolatiers. Les approches de la GCC et de la GVC mettent plus l'accent sur ces acteurs horizontaux que celle de la filière (Temple et al. 2011, 3). Comme dans la filière, la métaphore de la chaîne y est mobilisée pour modéliser les processus sociaux et économiques grâce auxquels un objet de consommation est produit, mais leurs définitions et les analyses basées sur ces concepts les font plutôt apparaître comme des réseaux que des chaînes (Bair 2009, 15). Ces modèles ont également été utilisés pour analyser les dynamiques de gouvernance sur des chaînes de valeur (Temple et al. 2011, 3).

J'ai choisi l'approche de la filière puisque j'attaquerai ces questions à travers l'économie morale des acteurs questionnés. Je propose donc une analyse qui, sans s'élargir à la manière d'un réseau, interroge les acteurs aux extrémités d'une filière de production, les cacaoculteurs et les chocolatiers, pour mieux mettre en relief les contrastes et les articulations entre leurs économies morales. De cette façon, j'aborderai les questions de la gouvernance le long de la filière, mais aussi au sein des groupes d'acteurs qui la composent, grâce à l'analyse en profondeur de leurs économies morales. La filière se présente comme l'encadrement le plus adéquat pour cette analyse du fait de son accent sur les processus techniques de transformation de la matière première. En effet, puisque mon point focal est la valeur que les acteurs accordent à leur propre travail, analyser le flux de la matière première auprès des acteurs qui la travaillent directement me permettra de suivre ce support matériel, ou ce médium de la valeur, pour reconstituer les économies morales le long de la filière. Je suivrai donc la filière à rebours, en commençant par la forme finale de la fève de cacao, sous forme de tablette, en suivant la matière première jusqu'à son lieu de production.

L'avantage de l'approche de la filière, jointe à l'analyse des économies morales de ses groupes d'acteurs, est qu'elle permet d'observer par quels processus leurs projets respectifs réussissent à s'articuler même s'ils partent de motivations et d'objectifs distincts. En faisant un gros plan sur les logiques respectives des acteurs situés aux extrémités de la filière, je souhaite également mettre en lumière ce qui est créé à travers l'articulation de leurs économies morales, pour ultimement présenter un aperçu du potentiel de ce type de filière alternative et des valeurs qui y sont véhiculées en matière de relations. En me concentrant sur une filière spécifique, je souhaite faire ressortir des pistes pour une analyse plus générale des filières de chocolat *bean-to-bar*, en partant du particulier, mais en prenant conscience de la diversité des relations commerciales qui peuvent exister au sein d'une même entreprise de chocolat avec ses différents fournisseurs, et inversement avec les associations de cacaoculteurs⁸.

⁸ J'ai décidé de ne pas m'avancer sur la consommation du chocolat *bean-to-bar*, autant dans l'analyse que dans l'ethnographie, considérant que ce mémoire comporte déjà deux terrains. Il demeure que les chocolatiers *bean-to-bar* sont des entrepreneurs et que leurs discours et pratiques doivent être compris dans ce contexte d'entreprise et dans leur volonté de créer un nouveau marché et de trouver leur clientèle. Cette dimension constitue une des limites

1.3.3 La méthode ethnographique : adaptation à deux terrains différents

Afin d'avoir accès aux acteurs de la filière *bean-to-bar*, j'ai suivi la fève de cacao tout le long de son parcours. Le terrain ethnographique de ce mémoire a donc été réalisé de manière multisituée (*multi-sited*) dans la tradition de la technique de construction « suivre l'objet (*follow the thing*) », en continuité avec des travaux comme ceux de Sindy Mintz sur l'histoire de la consommation du sucre (Marcus 1995, 107 ; Mintz 1986). Comme l'explique George E. Marcus, l'ethnographie multisituée (ou multisites) a justement été pensée pour des études comme celles d'une filière globale, puisqu'elle permet de développer des techniques de collecte de données basées sur des phénomènes de connexion : « *Multi-sited research is designed around chains, paths, threads, conjunctions, or juxtapositions of locations in which the ethnographer establishes some form of literal, physical presence, with an explicit, posited logic of association or connection among sites that in fact defines the argument of the ethnography* » (Marcus 1995, 105). C'est donc sur cette base que j'ai décidé de suivre le cacao et la tablette de chocolat, en remontant son trajet à rebours depuis des détaillants de chocolat *bean-to-bar* montréalais, jusqu'à des parcelles de cacao dans le nord du Pérou. J'ai pris cette décision de débiter ma recherche du côté de l'économie morale des chocolatiers afin d'analyser comment leur effort pour restructurer la filière et pour créer un nouveau marché du cacao et du chocolat entraîne un changement dans les rôles des acteurs.

Comme les logiques derrière le sens que les participants de cette étude donnent à leurs actions, les terrains ethnographiques auxquels ces derniers m'ont donné accès se sont avérés très différents, en rythme comme en intensité. Réunir les deux bouts d'une filière pour éclairer les économies morales qui y cohabitent signifie une ethnographie éclatée dans le temps et dans l'espace. La collecte de données de ce mémoire a débuté d'un point de vue de consommatrice, à visiter des détaillants, à parler avec des vendeurs et à magasiner des tablettes. Les emballages représentent le premier contact des clients (dont moi-même) avec les valeurs *bean-to-bar*, ce pour quoi ma collecte de données a débuté en lisant et en observant des emballages de chocolats, d'abord involontairement, puis de manière systématique. Mon ancrage à Montréal m'a procuré l'avantage de la proximité à l'atelier de Qantu une entreprise *bean-to-bar* de la région, et m'a

de cette recherche. J'ai préféré me concentrer sur la démarche éthique des chocolatiers plutôt que sur celle de leurs clients.

permis de suivre les chocolatiers propriétaires à un kiosque de vente lors d'un marché fermier, voire de les croiser en tant que consommatrice à un marché annuel de designers locaux. Le terrain montréalais a donc été réalisé par une entrevue initiale ainsi qu'une visite à l'atelier des chocolatiers de Qantu, suivies d'un retour à la toute fin du projet, puis par des rencontres sporadiques avec des acteurs du milieu dans des marchés ou dans les rencontres mensuelles d'un club *bean-to-bar*. Le fait que les chocolatiers et spécialistes du *bean-to-bar* de Montréal, voire du Québec se connaissent assez bien entre eux a facilité mon travail. C'est grâce à la proximité des détaillants spécialisés comme la Tablette de Miss Choco ou les boutiques de Geneviève Grandbois que j'ai pu commencer ma cueillette de données ethnographiques, me donnant accès à des contacts dans le domaine, mais aussi à l'expérience sensorielle qu'est la dégustation de chocolat *bean-to-bar*. Même si elle prend peu de place dans ce mémoire, cette consommation est une des expériences qui m'a le plus aidée à faire sens du travail des chocolatiers.

Toutes ces incursions dans le monde *bean-to-bar* m'ont aussi permis de saisir dans quels types de marchés s'insère la filière *bean-to-bar* et sur quelles valeurs ces marchés s'appuient, que ce soit ceux pour des produits locaux et sains, voire végétaliens et soutenables, ou des marchés artisanaux s'appuyant sur une consommation gustative plus investie, comme ceux du café troisième vague ou de la bière de microbrasserie, ou finalement sur des marchés *design* reposant surtout sur des valeurs d'esthétique et d'innovation. Le terrain auprès des chocolatiers a été composé de plusieurs types de données, issues d'entrevues officielles, mais aussi de nombreuses rencontres informelles, de participation à des ateliers de dégustation, puis d'observations à des boutiques de chocolat, à des marchés temporaires et aux ateliers des chocolatiers participants à l'étude, voire du riche matériel web que ces chocolatiers fournissent sur leur adresse web et leurs réseaux sociaux. Ces données en ont fait un terrain multisensoriel avec beaucoup d'apprentissages sur les processus techniques derrière la confection de chocolat, ainsi que sur les saveurs du cacao et les manières de les apprécier. La collecte s'est déroulée sur un temps long, mais épars, de 2017 à 2019, au contraire du terrain auprès des cacaoculteurs, effectué dans un temps et des espaces plus étroitement circonscrits.

Afin de pouvoir relier plus facilement les deux extrémités de la filière, j'ai choisi de travailler avec les chocolatiers de Qantu, qui pratiquent le commerce direct, donc qui achètent des lots de cacao

péruviens directement d'organisations d'agriculteurs. Ils m'ont mise en contact avec la Coopérative Agraire Norandino, qui opère principalement dans le département de Piura, au nord du Pérou. La coopérative, reconnue pour son cacao Blanco de Piura, une variété fine aux saveurs complexes, est habituée à recevoir la visite de chocolatiers et d'étudiants étrangers. Le conseil d'administration a donc accepté d'arranger ma venue dans les communautés où résident des cacaoculteurs associés qui produisent du cacao Blanco⁹. J'ai résidé dans la communauté Juan Velasco Alvarado de Chililique Alto durant trois mois étalés sur deux séjours, l'un en juillet et août 2017 et l'autre en janvier 2018. Comme les agriculteurs de la communauté produisent surtout du cacao et des mangues, dont les périodes de cueillettes sont respectivement entre mars et septembre, et entre décembre et février, le fait de séparer temporellement le terrain en deux m'a permis de réaliser des entrevues formelles, des discussions informelles et des observations participantes à deux périodes de l'année qui divergent sur le plan du rythme et de l'intensité des récoltes, ainsi que de l'entrée de revenus pour les agriculteurs. Être présente à ces deux moments m'a permis de mieux comprendre le type d'économie morale pratiquée par les agriculteurs de la région, dans laquelle vient s'insérer la culture du cacao fin. Plus généralement, en remontant de l'atelier des chocolatiers jusqu'aux cacaoculteurs, j'ai pu vérifier quels sont les processus agricoles, techniques, politiques et économiques derrière la mise en marché de l'origine de cacao nommée sur la tablette, processus qui deviennent moins visibles de l'autre côté de la boîte noire qu'est la coopérative de production, puisque ce sont les employés de cette dernière qui entrent en contact avec les chocolatiers sur une base régulière, et non les cacaoculteurs.

Les données qui ont servi à la rédaction à l'analyse de l'économie morale des cacaoculteurs ont été récoltées grâce à des entrevues semi-dirigées, ainsi que des observations participantes auprès de douze cacaoculteurs membres de l'APPAGROP Chililique ainsi que des membres de leur famille. Le troisième chapitre se veut donc une ethnographie d'une association de producteurs de cacao plus qu'une ethnographie d'une communauté paysanne¹⁰. J'ai pu me présenter et expliquer mes objectifs de recherche lors d'une réunion de cinq associations régionales à mon

⁹ Le cacao qu'achète Qantu n'est pas produit par l'APPAGROP Chililique. Cependant, l'association fait partie de la même coopérative que certaines des associations qui produisent le cacao acheté par Qantu.

¹⁰ Je tiens à poser cette distinction étant donné l'importance de l'approche ethnographique pour l'étude de communautés paysannes et natives dans l'anthropologie péruvienne (Degregori 2000, 39).

arrivée, ce qui a grandement facilité mon travail par la suite. Plus de la moitié des participants de cette étude, au fil de rencontres et de discussions, se sont portés eux-mêmes volontaires pour m’emmener voir leur travail sur la parcelle et pour répondre à mes questions. J’ai pu rejoindre les autres participants lors de réunions de l’association de Chililique, ou de rencontres sporadiques. Plus de la moitié des agriculteurs avec lesquels j’ai eu la chance d’échanger sont relativement impliqués dans l’organisation. Sur les douze répondants, quatre occupaient des postes administratifs dans l’association au moment de la collecte de données et trois autres ont été élus lors d’une assemblée associative lors de la deuxième phase de ce terrain.

La plupart des entrevues ont donc été réalisées sur les parcelles des producteurs, à leur lieu de production du cacao, et non dans des lieux clos. Sans vouloir trop m’avancer, je crois que cet engouement peut être en partie expliqué par les visiteurs précédents de l’association, soit des chocolatiers étrangers et un étudiant en biologie, dont les objectifs de séjour étaient tous en lien avec les cacaoyers. Dans ce contexte, la parcelle est devenue un lieu privilégié d’ethnographie, que ce soit pour des observations participantes, des discussions ou des entrevues semi-dirigées. Tous les échanges cités dans ce travail ont été traduits librement de l’espagnol au français pour des soucis de compréhension, mais la version originale apparaît aux côtés de la traduction. Les travaux d’Alejandro Diez Hurtado (1998) et de Karin Apel (1996) sur les communautés de la région m’ont permis d’éclairer les données collectées sur le terrain.

De plus, comme la coopérative Norandino compte plus de 7000 producteurs, une visite privée au centre de tri de la coopérative, dans la ville de Piura, s’est avérée très informative en ce qui a trait aux dernières étapes que subissent les fèves avant leur transport vers les ateliers des chocolatiers et par rapport aux différentes origines de cacao disponibles, aux demandes des chocolatiers, puis aux volumes de fèves traités par la coopérative. C’est une des articulations bien particulières de la filière, où les fèves de cacao subissent les dernières étapes de triage et d’emballage qui les destinent à passer de lots de cacao de différentes associations de producteurs, en marques de cacao de la coopérative. Elles passent rapidement entre différentes économies morales et donc à travers un processus de traduction de leur valeur axé sur les besoins des chocolatiers. Le centre de triage de la coopérative est donc le dernier pont entre les économies morales des cacaoculteurs et celles des chocolatiers. Les membres de la coopérative travaillant au centre de

tri, comme les dégustateurs et les agronomes, occupent ce rôle de traducteurs en créant des catégories de fèves qui font sens gustativement et sémantiquement pour les chocolatiers. La visite guidée au centre de tri par un des dégustateurs de la coopérative m'a donné un aperçu de cet engrenage qui fait le lien entre les agriculteurs et les chocolatiers et de tout l'appareil administratif derrière.

C'est toutefois un milieu qui compte beaucoup d'acteurs occupant des rôles variés, en faisant un lieu plus fermé et se prêtant moins bien à l'ethnographie, tout comme le siège social de la coopérative. Les extrémités de la filière se sont mieux prêtées à des observations participantes et à des discussions informelles, étant donné que le travail effectué par les cacaoculteurs et les chocolatiers est physiquement observable sur les fèves de cacao et peut se faire en discutant. Mes incursions dans le cœur de la coopérative ont été beaucoup plus brèves et formelles. Elles se sont composées de la visite du centre de tri ainsi que d'une entrevue avec un des acheteurs du cacao de Norandino, qui tient aussi dans la coopérative le rôle de conseiller en vente et d'intermédiaire avec des chocolatiers *bean-to-bar* de l'Europe et du Japon. Bien que ces visites aient été très informatives, j'ai senti le besoin de compléter ces collectes de données avec du matériel recueilli sur le web, comme diverses entrevues, par exemple une de l'agronome en chef de la coopérative, effectuée par APPCACAO, ainsi que des travaux ethnographiques comme ceux de Maria Isabel Remy sur les débuts de la coopérative, afin de mieux saisir les motivations derrière la création de la coopérative et les principes de son économie morale. Dans les deux chapitres suivants, je présente les analyses des économies morales des chocolatiers, puis des cacaoculteurs issues de ces collectes de données.

Chapitre 2 Les chocolatiers et l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar*

Chocolate makers who count themselves a part of the craft chocolate movement do so not because we all make chocolate the same way – we most definitely don't – but because we're passionate about the same thing: the natural flavor and possibilities of cocoa beans. We're fascinated by the whispers of citrus and roasted nuts, the coffee notes, hints of leather, thyme, and caramelized berries. The scope of possible flavors seems endless. The core of our collective identity is that we are all making chocolate, not starting with chocolate and making something with it, like truffles or bonbons (which, in our view, is the separate and noble art of the chocolatier). We are chocolate makers, and we're finding every possible way to do it (Masonis et al. 2017, 25).

Lorsque Elfi Maldonado et Maxime Simard fondent Qantu, Cacao et Chocolat, ils ne travaillent pas dans le domaine de la gastronomie ou de l'alimentation. Elfi est ingénieure industrielle et Maxime est spécialisé en gestion de banques de données. À deux, les entrepreneurs s'initient à la confection du chocolat en transformant de petites quantités de fèves dans leur sous-sol à l'aide de machines qu'ils ont eux-mêmes fabriquées et modifiées. Après les succès de leurs premiers essais, le couple de chocolatiers décide de commercialiser leurs produits. En août 2016, Elfi commence le montage de la chaîne de production de leur atelier commercial, après avoir suivi des formations et s'être formée sur la confection de chocolat et sur les saveurs du cacao. Les chocolatiers gagnent le prix du « Meilleur nouveau venu au niveau international — 2017 » de l'Academy of Chocolate avant même de débiter officiellement à vendre leurs tablettes. Dès l'automne 2017, ils sont prêts à mettre leurs tablettes en vente et ont depuis gagné près d'une quinzaine de prix aux deux compétitions internationales de chocolat les plus prestigieuses, soit celle de l'Academy of Chocolate et des International Chocolate Awards. Les premières tablettes que Qantu met sur le marché sont trois tablettes à 70 % de cacao de trois origines cacaoyères du Pérou, respectivement nommées Gran Blanco, Morrópon et Chunchu, ainsi qu'une tablette de cacao Chunchu à 100 % de teneur en cacao, sans sucre ajouté. Elfi étant originaire du Pérou, les chocolatiers désirent mettre de l'avant la diversité biologique du cacao péruvien et ont l'avantage de pouvoir développer des relations commerciales directement avec les producteurs beaucoup plus facilement que d'autres chocolatiers. Ils sont d'ailleurs les seuls chocolatiers au Canada à

faire du commerce direct avec des coopératives de producteurs. Depuis 2017, ils ont ajouté de nouvelles origines simples de cacao du Pérou à leur arc, ainsi que des tablettes aromatisées aux piments, au sucre d'érable, au Palo Santo, au noyer noir, au lait de chèvre et au café. Leurs tablettes de 50 grammes se vendent généralement entre 12 \$ et 20 \$ dans différents points de vente au Canada, aux États-Unis, en Angleterre, en France, en Suisse, ainsi qu'en ligne.

Le parcours des chocolatiers de Qantu est exceptionnel, mais leur histoire a beaucoup en commun avec les trajectoires d'autres artisans qui se sont également mis en tête de révolutionner le monde du chocolat¹¹. La filière *bean-to-bar* prend racine dans la valorisation de l'unicité et de la diversité des fèves de cacao et du chocolat résultant, en opposition aux objectifs de la filière du chocolat conventionnel, qui consistent en la standardisation du chocolat et en l'homogénéisation des saveurs des fèves de cacao. Les manières de transformer les fèves et les filières résultantes sont aussi diverses que les fèves elles-mêmes, mais ces pratiques honorent certaines obligations morales caractéristiques du milieu *bean-to-bar*. Le présent chapitre est consacré à l'ethnographie de l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar* pratiquée par les chocolatiers de la compagnie Qantu. Cette étude de cas servira de point de départ pour faire ressortir les valeurs de l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar* de manière plus générale. J'y examinerai de plus près les pratiques économiques et techniques nécessaires à l'exploration gustative et la commercialisation des potentiels du cacao ainsi que les valeurs produites par ces pratiques.

Pour le bien de la démonstration, le travail des chocolatiers sera divisé en trois temps, soit le travail à l'atelier, le choix du cacao, puis le choix des cacaoculteurs. À chacun de ces temps seront associées les valeurs qui composent l'économie morale des chocolatiers *bean-to-bar* et qui orientent leurs pratiques : l'adaptabilité et l'authenticité pour la transformation du cacao, la rareté et la conservation en ce qui a trait à la mise en valeur de la biodiversité cacaoyère, et l'expertise et la transparence dans les relations avec les cacaoculteurs. J'appuierai également mes

¹¹ À titre d'exemple, dans les rangs des chocolatiers *bean-to-bar* québécois, on compte des spécialistes en intelligence artificielle (Tracy 2019), en architecture (Chrétien 2020) et en géologie (Proulx 2017). Comme le dit Megan Giller : « [...] geeks make the best chocolate » (Giller 2017, 38).

analyses à l'aide d'exemples tirés des discours d'autres chocolatiers principalement canadiens et états-uniens offerts sur leurs sites web, ouvrages, ou emballages de chocolat.

2.1 Transformer le cacao : adaptabilité et authenticité

À la boutique La Tablette de Miss Choco (Montréal), sur les étagères du magasin, les chocolats sont présentés de manière épurée, avec de l'espace entre chacune des tablettes de chocolat, identifiées par marque et par origine du cacao. Elles reposent debout sur des présentoirs de livres et l'on ne compte pas plus de dix de chacune d'elles sur les étagères. L'espace café-boutique ressemble beaucoup plus à un lieu où échanger et déguster qu'à un magasin où chaque pied carré serait rentabilisé selon l'inventaire. D'ailleurs, la propriétaire y anime des ateliers de dégustation sur le chocolat où elle explique comment décoder les emballages, elle y présente les éléments qui influencent le goût du chocolat, comme l'origine des fèves, leur fermentation dans leur pays d'origine et leur torréfaction par les chocolatiers.

Sur les emballages des tablettes *bean-to-bar* que l'on peut acheter à la boutique, les chocolatiers se positionnent comme des artisans en y inscrivant des expressions comme « à la main »¹², « savoir-faire artisanal »¹³, « *handcrafted* »¹⁴, « *craft chocolate* »¹⁵ ou encore « *small batch* »¹⁶. Ils font appel à l'opposition sémantique entre les qualificatifs « artisanal » et « industriel » pour présenter leur chocolat aux clients, comme l'exemplifie Hummingbird Chocolate sur ses tablettes de chocolat *bean-to-bar* : « *Industrious, not industrial. We craft chocolate directly from cocoa beans. We make it slowly & in small batches to develop the flavour of every bean* ». ¹⁷ Dans le contexte d'un produit issu de l'industrie agroalimentaire, que signifie l'usage d'expressions comme « à la main » et qu'est-ce que ces récurrences sur les emballages des tablettes révèlent sur le positionnement des chocolatiers *bean-to-bar* ?

¹² Gran Blanco, 70% est vendu par Qantu. L'emballage a été produit en 2018.

¹³ Ba Lai, Chocolat Noir, Viêt Nam, 74% est vendu par Erithaj Chocolate. L'emballage a été produit en 2016.

¹⁴ Madagascar 70% en vendu par Chaleur B Chocolate. L'emballage a été produit en 2015.

¹⁵ Colombia, Sierra Nevada, Dark Milk est vendu par Castronovo Chocolate. L'emballage a été produit en 2018.

¹⁶ Ambanja, Madagascar 70% est vendu par Dandelion Chocolate. L'emballage a été produit en 2015.

¹⁷ Hispaniola 70% est vendu par Hummingbird Chocolate. L'emballage a été produit en 2018.

L'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar* débute avec le métier de chocolatier *bean-to-bar* et la mission associée à celui-ci, qui consiste à mettre de l'avant la diversité des saveurs du cacao et l'unicité de certaines variétés et origines de fèves de cacao. N'importe quel chocolatier *bean-to-bar* le dira : un bon chocolat passe par une bonne fève de cacao et une bonne transformation. Ce sont les deux conditions pour produire un chocolat d'exception et les deux éléments qui apparaissent le plus manifestement dans la description de l'entreprise imprimée au dos des emballages de la compagnie Qantu : « Qantu, c'est la découverte des saveurs de cacao les plus pures. Nous parcourons les plantations d'Amérique latine à la recherche de fèves de cacao natives ayant des arômes exceptionnels. Dans notre atelier, nous transformons à la main ces fèves en tablettes de pur bonheur qui sauront surprendre vos papilles ». ¹⁸ Bien que la production du chocolat *bean-to-bar* chez Qantu soit loin d'être automatisée comme la production de masse du chocolat, le circuit court de production est composé d'appareils et de machines de haute technologie, essentiels à la réalisation des tablettes. Ils régulent la température du chocolat, mesurent la taille de ses particules et font que la tablette prend cette forme familière, fondante et de couleur homogène, sous laquelle elle est consommée depuis la fin du XIX^e siècle.

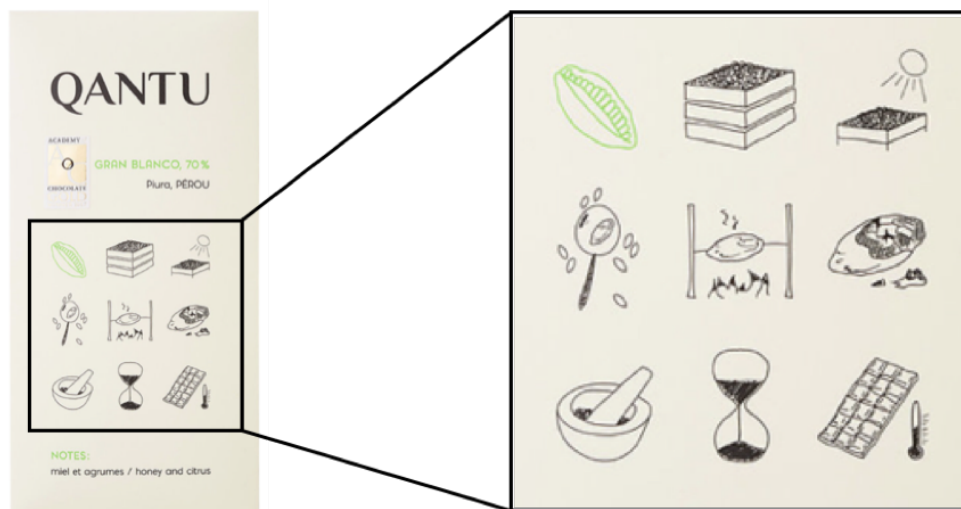


Figure 3. – Emballage de la tablette Gran Blanco de Qantu, Cacao et Chocolat (Qantu. 2017.

Chocolat noir — GRAN BLANCO 70 %. Montréal : Qantu Cacao et Chocolat.

<https://www.Qantuchocolate.com/product-page/chocolat-noir-gran-blanco-70>. Autorisation de reproduction et d'adaptation par Elfi Maldonado et Maxime Simard.)

¹⁸ Gran Blanco, 70% est vendu par Qantu. L'emballage a été produit en 2018.

Concrètement, lorsque Maxime et Elfi de Qantu sont à l'atelier, le métier de chocolatier consiste pour eux en plusieurs étapes techniques très précises, adaptées à chaque lot de fèves de cacao. Ils reçoivent les fèves à leur atelier, les torréfient, les broient grossièrement puis les vannent. Ils réduisent ensuite le cacao dans un broyeur où il passe d'une pâte grumeleuse à un liquide onctueux. À ce stade, ils y ajoutent le sucre et laissent rouler le broyeur le temps nécessaire à ce que le tout soit homogène. Ils doivent ensuite tempérer le chocolat, soit diminuer graduellement sa température avant de le verser dans des moules où il refroidira peu à peu, de manière à ce que le beurre de cacao se cristallise sans laisser un cerne blanc à la surface de la tablette et que cette dernière soit lustrée et bien cassante. Ils démoulent les tablettes et les emballent ensuite dans une pellicule, puis dans les enveloppes identifiées Qantu, auxquelles ils apposent les étiquettes reçues des organismes ayant décerné un prix à la tablette en question. Comme les chocolatiers expliquent, ces étapes sont nécessaires à la confection de chocolat et sont mises en pratique par presque tous les chocolatiers à travers le monde, qu'ils soient *bean-to-bar* ou de grands broyeurs¹⁹, mais la différence se trouve dans les paramètres de ces étapes de transformation. Chaque chocolatier y apporte sa touche en fonction de ses préférences et, dans le cas des tablettes d'origine, selon les caractéristiques des lots de cacao qui sont transformés.

Les chocolatiers ont décidé de représenter ce processus sur leurs emballages sous forme pictographique (voir figure 3). La compagnie n'est pas la seule à mettre l'accent sur les étapes de transformation des fèves dans sa mise en marché. Par exemple, l'entreprise Dandelion, à San Francisco, se décrit de la manière suivante sur ses emballages : « *We roast, crack, sort, winnow, grind, conch, and temper small batches of beans. Then we mold and package every of our bars by hand.* »²⁰ Pour sa part, Hummingbird Chocolate, en Ontario, utilise tout l'intérieur de ses enveloppes pour décrire extensivement toutes les étapes, de la réception des fèves à l'atelier, jusqu'à leur consommation en chocolat. Ces descriptions sont plus qu'une stratégie de mise en marché. Elles sont également un indicateur que les chocolatiers *bean-to-bar* tentent de parer le chocolat d'une nouvelle signification, c'est-à-dire comme un aliment dont la confection et le soin

¹⁹ À l'exception de ceux qui confectionnent du chocolat « cru », comme la compagnie Raaka, qui ne torréfient pas leur cacao.

²⁰ 70% Ambanja, Madagascar est vendu par Dandelion Chocolate. L'emballage a été produit en 2015.

apporté prennent une importance aussi grande que les ingrédients dans la qualité du produit fini. Cette redéfinition suppose qu'il existe une différence entre un chocolat industriel et artisanal. Toutefois, les étapes de transformation que les chocolatiers mettent de l'avant ne sont pas des tâches que l'on pourrait décrire comme étant effectuées « à la main », pour citer les emballages de Qantu. La manière dont Heather Paxson (2012) aborde l'artisanat permet de jeter un autre éclairage sur ces étapes de fabrication pour mieux comprendre comment les chocolatiers *bean-to-bar* s'insèrent dans un mouvement de confection dont le caractère artisanal prend sens dans son opposition à la transformation industrielle des aliments.

2.1.1 Artisanat post-industriel : une adaptation entre art et science

L'anthropologue Heather Paxson (2012) s'intéresse à la distinction entre la production industrielle et artisanale dans une ère où des processus « faits à la main » profitent également de la mécanisation. Pour ce faire, elle propose une ethnographie sur les valeurs qui encadrent la production de fromage artisanal aux États-Unis. Elle explique que, dans le domaine de la production du fromage, les définitions des termes « *artisan* » et « *artisanal* » ne réfèrent pas à des caractéristiques objectives, sinon à des conventions cycliques qui tirent leurs fondements dans un positionnement par rapport aux conventions précédentes : « *Artisan and artisanal emerge as terms of convention, not objective properties. Yesterday's specialty cheese might be today's artisanal—or the precursor to today's industrial* » (Paxson 2012, 129). L'anthropologue explique que la production de fromage artisanal aux États-Unis est hautement définie en opposition à celle du fromage industriel. L'échelle de production est plus petite, l'utilisation de machinerie, plus réduite et les recettes sont issues de l'expérience d'autres artisans plutôt que du génie industriel et des sciences des matières laitières. Pour Paxson, considérer un fromage comme artisanal n'est significatif que dans une ère de transformation industrielle. Cette définition positionnée de l'artisanat éclaire l'usage que les chocolatiers *bean-to-bar*, tout comme les fromagers de l'étude de Paxson, font de cette catégorie. Ils ne définissent pas leurs produits comme ayant une essence artisanale commune. C'est la façon dont ils vont à contre-courant des produits alimentaires industriels qui les regroupe. Leurs fromages ne sont pas homogènes, standardisés et produits en masse. La matière première n'est pas envoyée dans une chaîne de production préprogrammée qui effectue les contrôles de qualité. Cela explique pourquoi les

artisans fromagers, comme les chocolatiers *bean-to-bar*, sentent le besoin de distinguer leurs créations des produits agroalimentaires vendus en masse (Paxson 2012, 128 -29).

Cependant, cette opposition aux valeurs industrielles ne signifie pas un retour en arrière ou un rejet complet des techniques industrielles, au contraire. Pour les fromagers interrogés par Heather Paxson, leurs pratiques se traduisent par un équilibre entre l'art et la science : « *In this formulation, art stands for creative expression as well as an intuitively interpretive grasp of one's materials, while science refers to empirical observation and measurement, disciplined attention to record-keeping, and steps taken to ensure product safety* » (Paxson 2012, 129). L'art et la science dans l'ère industrielle seraient les deux côtés d'une même médaille, permettant que des expressions comme « *craft factory* »²¹ apparaissent sur des tablettes de chocolat *bean-to-bar*. Le choix des saveurs et de la texture d'un chocolat revient aux chocolatiers, mais pour être capables de produire et de reproduire le chocolat visé, ils doivent avoir des connaissances poussées sur la chimie du cacao et l'équipement nécessaire à sa transformation. Heath et Meneley (2007) utilisent les catégories analogues de *techne* et de technosciences, qui correspondent au *faire* et au *savoir*, où le *faire* représente les actions pratiques mises en œuvre par l'artisan pour créer un objet de valeur, et le *savoir* réfère aux savoirs scientifiques et techniques qui viennent justifier certaines de ces actions (Heath et Meneley 2007, 594).

Cette opposition entre art et science dans la production d'objets de valeur remonterait à la formation des catégories d'art, d'artisanat et d'industrie. Paxson explique que la frontière entre art et artisanat, ou entre esthétique et fonctionnalité, a été impulsée par la philosophie du XVIII^e siècle. Des métiers comme potier et peintre ont commencé à être considérés comme catégoriquement différents alors qu'ils étaient auparavant perçus comme étant semblables en raison de leur organisation en guildes et leur apprentissage auprès de maîtres. Avec la modernité, l'art s'est élevé au rang d'expression personnelle tandis que l'artisanat a été rendu obsolète par la production industrielle, relégué au statut de passe-temps plutôt que de profession et perçu comme antimoderne (Paxson 2012, 129). Dans le monde du chocolat, cette scission est incarnée par l'existence de compagnies qui broient le chocolat à grande échelle et par celle des petits

²¹100% Ecuador Bar & 100% Madagascar Bar est vendu par Sirene Chocolate. L'emballage a été produit en 2016.

chocolatiers, pâtisseries et confiseurs qui utilisent le chocolat de ces compagnies pour confectionner leurs truffes et autres confiseries chocolatées. Les chocolatiers *bean-to-bar* représentent une forme d'entre-deux à ces pôles de la confection du chocolat. Leur façon de transformer le cacao passe par une utilisation des techniques industrielles au profit de l'expression de valeurs esthétiques et de compétences culinaires.

Paxson aborde cette approche par le concept de raison synesthésique. Elle explique que la synesthésie est la mémorisation croisée de l'expérience sensorielle, par exemple la manière dont les saveurs d'un aliment peuvent évoquer un lieu, ou dont une chanson a tendance à rappeler un moment. Cette expérience sensorielle croisée aide les artisans fromagers à réaliser un certain type de fromage de manière constante, en évaluant au toucher la consistance du fromage, en adaptant leurs méthodes selon l'odeur du lait ou sa provenance. Cette analyse sensorielle est ce qui lie la part d'art et de science. Elle fait partie intégrante du métier des chocolatiers *bean-to-bar* et représente ce qui les distingue des firmes chocolatières conventionnelles. Ils la mettent en pratique tout au long du processus de confection, allant de la sélection de leur matière première jusqu'au démoulage des tablettes. Les chocolatiers *bean-to-bar* peuvent utiliser toutes les machines et les outils de mesure qui existent, pour s'aider à reproduire une recette ou pour atteindre une certaine consistance ou une saveur précise, mais ce sont leurs sens qui leur indiquent si le résultat de ces processus est à la hauteur de leurs attentes. Bien en amont du produit fini, l'utilisation des sens permet aux artisans de calibrer chaque étape du processus selon les lots de cacao, de la torréfaction au temps du mélange. L'analyse sensorielle permet aux artisans, qu'ils soient fromagers, chocolatiers ou créateurs de meubles, d'appliquer leur savoir-faire au matériel disponible et de s'adapter à la variabilité de ce matériel pour transformer des irrégularités en qualités :

Furniture designer David Pye draws a useful distinction between craftsmanship and ordinary (that is, industrial) manufacture. Whereas industrial manufacture ensures a certain, standardized outcome by following a "workmanship of certainty," according to Pye, in craftsmanship, "the quality of the result is not predetermined, but depends on the judgment, dexterity and care which the maker exercises as he works. [...] Working with irregularities, even turning them into virtues of design, generates the diversity of form that Pye identifies as the chief value of craftsmanship in an industrial age. In this way craft resists the steady creep of standardization in a global market (Paxson 2012, 132-33).

La production de chocolat artisanal, en opposition à celle du chocolat conventionnel, implique que chaque étape du processus doit être adaptée aux fèves. Par exemple, la torréfaction, comme chaque étape du processus, est cruciale pour la réalisation d'un chocolat qui reflète les aspirations des chocolatiers. C'est pourquoi le type de contrôle effectué repose sur des critères mesurables autant que sensoriels. Dans leur ouvrage *Making Chocolate* (2017), les chocolatiers de Dandelion décrivent la torréfaction comme un processus qui repose hautement sur l'essai-erreur et sur l'expérimentation de diverses techniques, de temps et de température de torréfaction. La méthode préconisée par les chocolatiers implique de confectionner plusieurs très petits lots de chocolat avec différents paramètres de torréfaction, puis d'attribuer une note à chacun des essais de manière à créer une courbe de torréfaction en fonction des notes d'appréciation obtenues. Cette évaluation sensorielle permet aux chocolatiers d'identifier des composés volatils de la fragrance des fèves, composés si complexes que de les mesurer par analyse chimique ne présenterait pas de pertinence ni d'efficacité durant la transformation des fèves, et de les associer à des profils de torréfaction précis. Ils joignent donc l'évaluation sensorielle à une méthodologie provenant de la résolution de problème en sciences informatiques, domaine duquel est issu l'un des chocolatiers de la compagnie (Masonis et al. 2017, 55-59). Ils peuvent identifier les saveurs du chocolat qui se retrouveront indiquées sur l'emballage et qui représentent les choix gustatifs et olfactifs qu'ils ont effectués durant la transformation. Comme les chocolatiers de Dandelion le disent eux-mêmes, comme bien d'autres étapes de la confection de chocolat, « [r]oasting is as much an art as it is science » (Masonis et al. 2017, 55).

Cette valeur d'**adaptabilité** pratiquée dans la confection implique une remise en question des normes de transformation du chocolat qui est effectuée à chaque étape du processus selon les idéaux des chocolatiers, mais aussi en fonction des fèves qu'ils transforment. Par exemple, la conche est une machine sert à raffiner et mélanger le chocolat encore à l'état liquide après qu'il ait été passé au mélangeur. Elle chauffe, mélange et aère le chocolat dans le but de développer certaines saveurs du cacao, mais risque d'en faire disparaître d'autres, puisque certains composés volatils s'évaporent durant le procédé (Beckett, Fowler, et Ziegler 2017, 735). Certaines compagnies laissent le chocolat dans cet appareil jusqu'à trois jours afin d'éliminer toute acidité qui pourrait se retrouver dans le cacao, ainsi que pour laisser se développer les notes chocolatées.

Quant à lui, Rob Anderson, de la compagnie Fresco, a développé quatre profils de conchage selon le type de saveurs qu'il veut faire ressortir des fèves et qu'il peut donc adapter selon les lots de cacao qu'il commande et les saveurs qu'il désire conserver (Giller 2017, 39). Des normes qui sont optimisées en fonction de paramètres de rentabilité et d'homogénéité dans la filière conventionnelle prennent les couleurs de chaque chocolatier dans la filière *bean-to-bar*. Selon leur interprétation de la matière première et la manière dont ils s'emparent des étapes de confection, ils effectuent différents choix techniques qui finissent par varier d'une compagnie à l'autre, puisque les préférences des chocolatiers varient elles-mêmes.

Les chocolatiers *bean-to-bar* font appel à du savoir technique et scientifique sur le cacao et ses composantes pour mettre en œuvre un processus de transformation hautement informé qui vise à transmettre leur interprétation gustative du cacao et du chocolat. Sauf qu'ils ne partagent pas tous les mêmes préférences et ne mobilisent pas tous de la même façon leurs savoirs pour développer leur esthétique chocolatée. Les saveurs résultantes sont donc le gage des talents techniques des chocolatiers ainsi que de leurs capacités à mettre de l'avant une esthétique gustative qui leur est propre. C'est pourquoi deux tablettes confectionnées à partir du même cacao peuvent avoir un goût complètement différent selon la personne qui aura transformé les fèves. On en revient à cet équilibre entre art et science de Paxson, en ce que le résultat final de la transformation du cacao en chocolat est une ode à la matière première qui met de l'avant l'expression individuelle des chocolatiers. C'est une des raisons pour lesquelles le chocolat *bean-to-bar* ne peut être réduit à une liste de critères et qu'il se définit plutôt par la mobilisation des procédés de confection du chocolat au profit d'esthétiques gustatives qui expriment la diversité des fèves de cacao. Cette adaptation de la transformation en fonction des fèves, en opposition à l'homogénéisation des saveurs au profit d'une économie d'échelle, est le propre des chocolatiers *bean-to-bar* et ce qui caractérise leur métier et sa diversité. L'adaptabilité est l'une des valeurs qui composent l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar* et qui définit l'obligation morale qu'entretiennent les chocolatiers *bean-to-bar* à l'égard de leur matière première. Cette adaptation au cacao est mise de l'avant pour permettre aux artisans d'exprimer leur vision du chocolat et du cacao, mais surtout leur vision de l'authenticité naturelle de chaque origine de fèves.

2.1.2 Refléter l'authenticité cacaoyère : choisir les fèves et leurs saveurs

Le savoir-faire développé par les chocolatiers en lien avec leur approche artisanale de la fève de cacao leur permet de faire ressortir des caractéristiques uniques aux fèves qu'ils transforment. Leurs choix en matière de pratiques et d'achat de fèves sont effectués pour promouvoir une certaine **authenticité** naturelle des fèves de cacao à travers le chocolat créé. Il en résulte une hiérarchisation des pratiques et des saveurs, malgré l'existence d'une grande diversité du cacao, des méthodes de confection et des tablettes résultantes. Les pratiques étant découragées sont celles composant la norme dans l'industrie du chocolat conventionnel, ou celles qui visent à homogénéiser les saveurs et la texture du chocolat, ramenant encore une fois à la dimension référentielle de l'artisanat que décrit Paxson (2012). Les méthodes qui permettent de conserver les saveurs inhérentes aux origines de cacao requièrent généralement un plus grand savoir-faire de la part des chocolatiers et sont donc plus valorisées. De la même manière, les fèves recherchées sont celles qui ouvrent l'éventail des possibles saveurs chocolatées, ou qui combinent de manière inédite des notes plus classiques.

À l'édition 2017 du Salon du Cacao et du Chocolat de Lima, Elfi Maldonado et Maxime Simard de Qantu font le tour de la section des associations de producteurs, à discuter, observer et sentir le cacao en présentation. Lorsque je demande à Maxime comment lui et Elfi choisissent les cacaos qu'ils veulent transformer en chocolat, dans le contexte d'un salon comme celui de Lima, où se retrouvent par dizaines les kiosques d'associations de cacaoculteurs, il m'explique : « Le Salon est le moment de rencontrer les producteurs, de sentir les cacaos, de goûter aux chocolats faits avec les cacaos pour en commander des échantillons et les essayer. Les arômes du cacao sont très importants, on veut un chocolat qui sent quelque chose. On cherche un profil exceptionnel, différent de ceux qu'on travaille déjà. » Cette réponse de Maxime rejoint la description de l'entreprise qui se retrouve sur les tablettes Qantu. Lorsque les chocolatiers écrivent qu'ils sont « à la recherche de fèves de cacao »²², ce n'est pas qu'une image. C'est ce que je comprends en les voyant au Salon, à prendre des fèves de cacao entre leurs mains et en les portant près de leur nez, pour humer le cacao, en soupeser la densité, en observer la couleur. Ils sont littéralement à

²² La tablette de chocolat Bagua, 70% est vendue par Qantu. L'emballage a été produit en 2018.

la recherche de saveurs qui sauront défier les idées reçues sur le chocolat, tout en procurant aux consommateurs encore plus de plaisir à déguster les tablettes qu'ils ne le feraient normalement.

Le choix de ces lots, variétés ou origines de fèves se fait en fonction des saveurs déjà connues dans le chocolat, comme celles traditionnellement chocolatées, caramélisées, ou rappelant les noix, qu'il est possible de trouver dans les tablettes des marques les plus connues. Comme l'avance Paxson, la posture artisanale émerge par rapport à des conventions préexistantes et est donc relative à ces dernières (2012, 129). La préférence des chocolatiers *bean-to-bar* pour des saveurs différentes de celles des chocolats conventionnels peut être interprétée comme un positionnement contre la répétitivité des saveurs préférées par l'industrie. Ces saveurs qui différencient les tablettes des chocolatiers *bean-to-bar* sont inscrites sur les emballages, illustrant leurs choix et leur savoir-faire et guidant le consommateur. Sur les tablettes d'origine de Qantu à 70 % de cacao, on retrouve certaines notes de dégustation plus conventionnelles, comme le caramel ou les noix (le cacao demeurant tout de même du cacao), mais qui s'accompagnent toujours de notes fruitées ou florales plus atypiques : « caramel et fleur d'oranger »²³, « miel et agrumes »²⁴, « figues, dattes et roses »²⁵, « cerise et prune »²⁶, « floral et noix »²⁷.

L'idée même du chocolat *bean-to-bar* repose sur cette mise en valeur de saveurs considérées défectueuses par l'industrie de masse du chocolat, notamment celles qui sont plus acidulées, puisqu'elles requièrent justement des transformations plus adaptées à chacune. Au contraire, les notes classiques chocolatées résistent très bien à une torréfaction plus longue par exemple. Identifier les tablettes selon leur origine géographique ou la variété du cacao est, entre autres, une manière pour les chocolatiers *bean-to-bar* de faire sens des saveurs qu'ils choisissent et des processus aussi techniques que sensoriels qui les sous-tendent. Cette mise en marché basée sur une localité rend tous ces choix désirables pour les consommateurs. La valeur d'adaptabilité qui guide les actions des chocolatiers dans l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar* leur permet de mettre de l'avant une authenticité cacaoyère qui diffère de ce que les

²³ Ibid.

²⁴ La tablette de chocolat Gran Blanco, 70% est vendue par Qantu. L'emballage a été produit en 2018.

²⁵ La tablette de chocolat Chaska, 70% est vendue par Qantu. L'emballage a été produit en 2018.

²⁶ La tablette de chocolat Morropón, 70% est vendue par Qantu. L'emballage a été produit en 2018.

²⁷ La tablette de chocolat Chuncho, 70% est vendue par Qantu. L'emballage a été produit en 2018.

consommateurs connaissent du cacao. Les chocolatiers *bean-to-bar* cherchent à élargir la perception que les consommateurs ont de cet aliment pour ce qu'il est vraiment, c'est-à-dire la semence d'un arbre à la grande variabilité biologique en lieu d'une denrée alimentaire qui n'existe que sous forme de lots (*stocks*) homogènes. C'est pourquoi ils mettent de l'avant des variétés de cacao spécifiques et des pratiques qui permettent d'en faire ressortir les saveurs qui les distinguent des chocolats plus génériques lorsqu'elles sont transformées.

Les chocolatiers *bean-to-bar* utilisent des techniques qui ressemblent grandement à celles des grands broyeurs. Cependant, le rapprochement gustatif qu'ils établissent entre la matière première et le chocolat résultant contribue à mettre de l'avant les particularités de chaque origine. Ils développent constamment de nouvelles pratiques pour explorer les possibilités qu'offre le cacao. Dans les compétitions internationales, les techniques les plus valorisées sont celles qui innovent dans l'exploration des caractéristiques naturelles des fèves. Les International Chocolate Awards, fondés en 2012, récompensent chaque année ce qu'ils jugent comme étant les meilleures tablettes de chocolat fin au monde à la suite de plusieurs rondes régionales tenues à travers le globe. Des prix spéciaux sont donnés aux gagnants de chaque catégorie selon qu'ils respectent certains critères encouragés par les fondateurs de la compétition : « *Special Prizes are given for the highest scoring products meeting specified criteria (eg for Recipe and Sourcing) and at Grand Jury discretion to recognise innovation and new developments in the fine chocolate world, as well as classic skills and use of ingredients and sourcing of cacao* » (International Chocolate Awards 2018a). En matière de recettes, quelques pratiques récompensées sont l'utilisation d'un haut pourcentage de cacao (plus de 85 %), la confection de tablettes à 100 % de teneur en cacao ou de tablettes *dark milk*²⁸, l'utilisation de laits alternatifs au lait de vache, de laits à base de plantes, de sucres alternatifs au sucre blanc de canne, de sucres non raffinés, d'espèces du genre *Theobroma* autre que le cacao, comme le cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*), ainsi que l'extraction de son propre beurre de cacao (International Chocolate Awards 2018b). Les chocolatiers sont encouragés à innover en exploitant des matières premières diverses et peu

²⁸ Les tablettes *dark milk* équivalent à du chocolat au lait sans sucre. Elles contiennent du lait en poudre, mais aucun sucre.

transformées. La valorisation de la naturalisation du chocolat et de la maîtrise des ingrédients est étendue jusqu'aux autres composantes des tablettes.

Paradoxalement, la valorisation des caractéristiques inhérentes aux fèves passe par la capacité des chocolatiers à les faire ressortir, comme si ces dernières étaient cachées et attendaient que le maître les extirpe pour révéler leur vraie nature. Les capacités des chocolatiers sont donc jugées en fonction de leur propension à mettre en valeur certaines caractéristiques des fèves considérées comme étant plus « naturelles », puisqu'elles sont rares ou uniques. Les saveurs et la texture que les consommateurs perçoivent du chocolat relèvent toujours de l'interprétation que les chocolatiers ont effectuée des fèves. Les pratiques les plus valorisées sont celles qui permettent aux caractéristiques des fèves, comme leurs acides ou leur pourcentage de gras, de se dévoiler dans la transformation. À l'inverse, certains procédés sont considérés comme moins prestigieux, puisqu'elles ne mettent pas autant de l'avant les talents des chocolatiers. Certaines de ces pratiques sont le mélange des lots de fèves de cacao, l'utilisation de fèves de cacao conventionnelles, l'usage systématique de vanille et l'ajout de lécithine, qui, en émulsifiant le beurre de cacao et le sucre, permet d'améliorer la texture de la tablette ainsi que sa durée de vie (Beckett, Fowler, et Ziegler 2017, 202). Par exemple, dans cet extrait du livre des chocolatiers de Dandelion, ces pratiques sont dépeintes comme des exceptions au sein des pratiques des chocolatiers *bean-to-bar* : « *Bean-to-bar makers might add other ingredients like cocoa butter, vanilla, emulsifiers, or inclusions, but the heart of our process is typically the beans themselves, and the process of making chocolate from them usually happens under one factory roof* » (Masonis et al. 2017, 26). Ces techniques s'éloigneraient du cœur du processus et des fèves de cacao elles-mêmes.

Les chocolatiers *bean-to-bar* sont invités à utiliser leur savoir-faire pour mettre de l'avant une certaine authenticité naturelle des fèves de cacao à travers le chocolat créé. Des pratiques comme l'ajout de lécithine ou de beurre de cacao supplémentaire sont donc moins estimées puisqu'elles sont considérées comme facilitant le travail des chocolatiers, ne mettant pas en valeur leurs propres capacités à transformer les fèves et dénaturant l'expérience de dégustation du chocolat résultant, tel qu'illustré dans cet extrait du livre des chocolatiers de Dandelion : « *Some of us are direct and to the point, and add only sugar to make what we sometimes refer to as "two-*

ingredient chocolate.” Others add extra cocoa butter for a silkier mouthfeel and a little more ease in the tempering process » (Masonis et al. 2017, 25). Il y a un certain prestige associé au fait d'utiliser seulement le beurre de cacao déjà contenu dans les fèves, puisque la texture résultante sera considérée comme étant celle issue directement du cacao et reflétant au mieux les particularités naturelles des fèves transformées. Il en va de même pour les pratiques relatives aux saveurs, notamment avec l'ajout de vanille. Il existe une différence entre le fait d'aromatiser une tablette avec de la vanille dans l'intention d'y marier des saveurs précises du cacao et le fait d'ajouter systématiquement de la vanille pour masquer les défauts d'une tablette ou en complexifier le goût.

En faisant du cacao et de sa diversité le point focal de leur métier, les chocolatiers *bean-to-bar* mettent de l'avant une nouvelle esthétique gustative qui se base sur le développement de techniques de transformation des fèves qui permettent de déployer des saveurs de chocolat inédites jusqu'à présent. En déployant cette esthétique gustative, les chocolatiers redéfinissent le cacao comme un aliment variable et donnent à leurs tablettes *bean-to-bar* le statut de chocolat authentique, en opposition au chocolat industriel. Par cette distinction, le chocolat industriel apparaît comme un produit dénaturé, en raison de pratiques de transformation comme la substitution du beurre de cacao par l'huile de palme, l'ajout excessif de sucre ou une torréfaction foncée pour masquer les fèves mal fermentées, tout cela par souci de rentabilité et d'homogénéité. Selon ce positionnement, le chocolat industriel ne présente donc pas un goût de cacao authentique. À l'opposée, les chocolatiers *bean-to-bar*, en faisant preuve d'adaptabilité, montrent leurs capacités à mettre de l'avant un goût plus authentique du cacao et du chocolat. Ils confectionnent des tablettes qui dévoilent ce que peuvent présenter comme goût différentes origines de cacao si elles sont transformées pour mettre en valeur leurs caractéristiques uniques. De ce fait, ils proposent une définition du chocolat comme étant un aliment défini par sa matière première et par la centralité de cet ingrédient dans la confection. Cette recherche d'authenticité à la fois du cacao et du chocolat a pour effet de naturaliser ces deux aliments, c'est-à-dire que le cacao est présenté comme une ressource naturelle et le chocolat comme étant défini par cette ressource. En mettant cette authenticité naturelle de l'avant grâce à leur savoir-faire, les

chocolatiers *bean-to-bar* souhaitent donc impulser d'autres renversements de tendances issues de la filière conventionnelle, en commençant par la perte de la biodiversité cacaoyère.

2.2 Protéger la biodiversité cacaoyère : rareté et conservation

Les chocolatiers *bean-to-bar* se distinguent de l'industrie du chocolat conventionnelle en mettant l'accent sur la matière première, notamment en différenciant leurs produits selon l'origine cacaoyère. Comme expliqué précédemment, les tablettes « d'origine » sont confectionnées avec un lot de cacao unique, qu'il est possible de retracer jusqu'à son lieu de production. Cette mise de l'avant de l'origine géographique ou de la variété de la matière première sert à la fois d'exploration du potentiel gustatif du cacao et de manière de s'assurer que cette biodiversité qui est à son origine soit préservée et revitalisée. Les valeurs de l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar* qui émergent des interactions des chocolatiers avec la biodiversité cacaoyère sont la **rareté** et la **conservation**. Je veux maintenant me pencher sur le lien entre saveur et origine dans l'industrie *bean-to-bar* en commençant avec une description de la tension qui existe entre les catégories de variétés et d'origines géographiques en lien avec le terroir. J'explorerai ensuite le lien entre sciences et gastronomie pour mieux comprendre comment la demande pour des variétés précises peut influencer leur conservation.

2.2.1 Valoriser la rareté : la distinction par le nom

Comme je l'ai décrit plus haut, les chocolatiers *bean-to-bar* s'éloignent des saveurs reproduites dans l'industrie du chocolat conventionnel et donc des attentes des consommateurs. Ils n'ont pas cet avantage de la répétition et du réconfort des saveurs connues pour valoriser leur chocolat. Leur stratégie est toute autre : ils misent sur la rareté, à la fois des saveurs et du cacao qu'ils transforment, ainsi que sur leurs habiletés techniques. Cela leur permet de mettre de l'avant des variétés qui ne sont pas valorisées dans la filière conventionnelle et de les distinguer de celles plus souvent commercialisées et cultivées. Cette distinction sert à la fois comme incitatif gustatif pour la conservation du cacao et de sa diversité, ainsi que comme argumentaire de vente. De plus, étant donnés les petits volumes travaillés, les chocolatiers *bean-to-bar* peuvent se permettre de transformer des petits lots de cacao provenant d'un seul ou de quelques producteurs. Puisque leur métier repose sur l'exploration des saveurs du cacao, il est à leur

avantage de faire en sorte que des variétés peu cultivées soient préservées. Leur démarche axée sur le potentiel gustatif du cacao permet de faire entrer sur les marchés d'exportation des variétés qui circulaient seulement dans des économies domestiques et qui n'étaient donc pas nécessairement produites comme des cultures de rente, ou encore qui circulaient sur des marchés locaux.

Cette valorisation du particulier au nom de la conservation de la biodiversité a pour effet de créer un rapprochement entre qualité et rareté, ou plus précisément, entre qualité gustative, rareté gustative et rareté génétique. Cependant, les lots de cacao eux-mêmes ne sont pas toujours commercialisés par nom de variété, puisqu'il reste encore beaucoup à faire pour identifier les variétés cacaoyères et les regrouper génétiquement. Il y a eu un brassage génétique intense durant les derniers siècles entre le cacao cultivé et les populations sauvages, rendant difficile l'établissement d'une classification consensuelle du cacao (Lanaud, Motamayor, et Sounigo 2003, 146). La question du lien entre saveurs et génétique est complexe et les travaux en ce sens sont relativement récents (Argout et al. 2008). De plus, il est possible pour des cacaoculteurs de cultiver plus qu'une variété. Étant donné les difficultés liées à la caractérisation des variétés cacaoyères et à l'identification du lien entre génétique et saveurs, les chocolatiers jonglent avec relativement peu d'informations pour établir un système de classification qui leur permette de distinguer leurs tablettes. Dans ces conditions, l'origine géographique de la matière première devient une information cruciale pour identifier les tablettes. Par exemple, les chocolatiers de Qantu, lorsque c'est possible, identifient leurs tablettes d'origine selon la variété de cacao, par exemple « Chunchu 100% » ou « Gran Blanco 70 % ». Si ce n'est pas le cas, ils mettent de l'avant la région géographique le plus précisément possible, comme « Bagua 70 % » ou « Chaska 70% ». Pour la tablette « La Quête de Don Maximo », confectionnée à partir du cacao d'un seul producteur, la « forêt montagnaise et mystérieuse de six hectares de la région de Cusco au Pérou »²⁹ de ce producteur devient une origine en soi.

Deux dynamiques sont ici à l'œuvre : 1) la valorisation de variétés plus rares, et donc une distinction entre les variétés communes et les plus fines, ainsi que 2) l'utilisation de l'indication

²⁹ La Quête de Don Maximo est vendu par Qantu. L'emballage a été produit en 2020.

géographique comme manière de singulariser les tablettes à défaut de connaître la variété. La mention du lieu d'origine pour distinguer une tablette crée plusieurs effets : elle singularise la tablette, elle indique un lien de traçabilité entre les acteurs de la filière et elle renvoie à la fois à des facteurs naturels et sociaux. Le cacao passe alors d'un système de classification génétique à une classification géographique, dont les catégories sont beaucoup plus larges que celle de variété. Ce glissement vers le lieu d'origine renvoie à un autre mode de valorisation de la rareté, celui du terroir, qui inclut les facteurs géographiques, naturels et sociaux.

La notion de terroir, bien qu'elle soit intimement liée au contexte dans laquelle elle a été formulée, c'est-à-dire celui de la gastronomie française du début du XX^e siècle, est désormais utilisée comme une catégorie transnationale pour distinguer le goût des aliments, notamment le vin et le fromage. Amy B. Trubek explique que le goût du terroir a été développé avec l'idée de préserver certaines formes de production agricole et pour valoriser les cuisines régionales françaises. En liant la qualité de la nourriture à son lieu d'origine et aux pratiques agricoles et culinaires du même lieu, les gastronomes à l'origine de cette vision du terroir s'assuraient que ces modes de vie ruraux ne seraient pas perdus (Trubek 2008, 10 -11). Marie-France Garcia-Parpet explique que, dans le monde du vin et des grands crus, la figure qui incarne le terroir est celle du « personnage du "vigneron", attaché à la terre et à la tradition [...] plus soucieux de la qualité de son produit que du profit économique » (Garcia-Parpet 2009, 14). Trubek analyse la création de l'idée de terroir comme ayant contribué à valoriser des pratiques culinaires et agricoles paysannes en mettant de l'avant un goût localement défini, contribuant à « produire la localité » à travers des saveurs et des préférences situées (Trubek 2008, 53).

Le monde du chocolat *bean-to-bar* n'échappe pas à la valorisation des tablettes par le terroir cacaoyer. Par exemple, les chocolatiers de Dandelion expliquent la complexité des facteurs qui influencent le goût du chocolat : « *Cocoa beans develop unique characteristics from genetics, terroir, weather, fermentation, and the drying process* » (Masonis et al. 2017, 56). À son tour, la journaliste Megan Giller explique comment le milieu naturel influence les saveurs du cacao :

[...] as I discovered early on, cocoa from Madagascar often tastes fruity, whereas cocoa from Venezuela has a nuttier profile. In the snooty food world, this is called terroir. It means the taste of the beans is affected by the soil, landscape, and environment in

which they're grown. In fact, those fruity notes we often taste in chocolate are the direct result of terroir. (By the way, terroir affects not only wine and chocolate but also coffee, cheese, tobacco, and even maple syrup, among other foods) (Giller 2017, 46).

Si ces derniers s'accordent pour reconnaître l'importance des facteurs naturels du terroir dans la singularisation des fèves de cacao et du chocolat, la position des chocolatiers de Qantu est plus nuancée. Lors de ma première interaction avec Elfi, je lui explique que je m'intéresse à la manière dont les chocolatiers mettent de l'avant le terroir des fèves de cacao. Elle porte tout de suite mon attention sur l'importance tout aussi capitale des variétés de cacao transformées, dans le cas de Qantu, des variétés de cacao natives. Plus tard, Maxime et elle m'expliquent que les facteurs naturels du terroir, comme la composition du sol ou le climat (par exemple l'ensoleillement, la température ou le taux d'humidité), influencent d'abord le type de variétés cultivées dans une région précise et s'articulent avec les techniques agricoles et post-récoltes utilisées, donc avec la dimension sociale du terroir. Les cacaoculteurs peuvent varier leurs méthodes de taille des arbres en fonction de l'ensoleillement pour retirer ou ajouter de l'ombre et favoriser de meilleurs rendements et une croissance optimale des arbres. Les techniques de séchage et de fermentation utilisées, qu'elles soient héritées de plusieurs générations ou très récentes s'inscrivent également dans des conditions climatiques précises. Les facteurs sociaux et naturels du terroir sont donc indissociables. Pour les deux chocolatiers, le terroir est une catégorie explicative importante, mais qui ne peut être prise isolément pour expliquer l'unicité des fèves. La variété et les techniques post-récoltes importent autant et ne peuvent être expliquées seulement par le terroir, même si elles sont influencées par cette catégorie.

La valorisation de la rareté est donc une valeur de l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar*, mais la manière dont elle est mise en pratique et interprétée par les chocolatiers varie. De plus, la façon dont le terroir est défini dans le mouvement n'inclut pas toujours la dimension sociale à laquelle il réfère pour le vin ou le fromage par exemple. La fermentation et le séchage du cacao pourraient être considérés comme des pratiques relatives au terroir. Pourtant, Megan Giller et les chocolatiers de Dandelion les excluent de leur définition du terroir. La rareté mise de l'avant par certains chocolatiers *bean-to-bar* serait donc plus naturelle que sociale.

La variété de positionnements des chocolatiers par rapport au terroir indique également qu'il existe une tension entre la catégorie d'origine géographique, qui incarne une valorisation de la rareté du terroir, et la catégorie de variété, qui désigne plutôt un système de valorisation de la rareté du patrimoine génétique des fèves. Cette tension précède d'ailleurs l'expression *bean-to-bar* et, pour trouver ses racines, il faut remonter au contexte dans lequel un modèle de valorisation de la rareté a été introduit dans le monde du chocolat. Susan Terrio (2000), autrice d'une ethnographie sur les chocolatiers français, explique que ce sont des chocolatiers influents qui mettent au goût du jour un système de classification des fèves de cacao dans le monde du chocolat au cours des années 1990. Parmi eux se trouve Robert Linxe, fondateur de la Maison du Chocolat, qui travaille dès le début des années 1980 comme conseiller chez Valrhona. En 1986, cette entreprise lance une série de tablettes de chocolat de luxe identifiées selon la région de production ou la variété de cacao. Elle continuera avec la production de chocolat de couverture sur ce modèle de mise en marché, suivie par Cacao Barry. Terrio explique que les chocolatiers les plus réputés, comme Linxe, sont familiers avec le vocabulaire relatif aux variétés de cacao et basent leur argumentaire de vente sur leur sélection des meilleures variétés cacaoyères, même si leurs produits sont confectionnés à partir de chocolat de couverture :

Chocolatiers clearly invoke a system for evaluating beans that closely parallels the system used to designate the highest-quality officially classified growths or estates (les grands crus) in the Bordeaux wine-growing region. No official classification of cacao bean plantations exists, and all industrial manufacturers use a blend of beans in most of the couverture they sell. French chocolatiers nevertheless assure consumers that they select only the best vintages of the finest varieties, criollos and trinitarios, from renowned domains in South America, the Caribbean, or South Asia. Recent guides cite the couverture used by producers in an effort to emphasize the source of cacao bean growths, but the results can be more confusing than revealing (Terrio 2000, 61).

Déjà, l'identification des fèves en fonction de leur lieu d'origine est synonyme de variétés considérées comme les plus fines, dans les groupes Criollo ou Trinitario. Les chocolatiers qui ne sont pas en mesure de retracer l'origine des fèves qu'ils travaillent doivent se satisfaire des explications fournies sur les sacs de chocolat de couverture qu'ils achètent. Cette valorisation de la rareté a contribué à dévaloriser des variétés à plus hauts rendements, spécialement les variétés considérées dans la famille génétique Forastero. Celles-ci sont surtout associées au continent africain, mais sont également produites en Amérique du Sud et en Asie du Sud-Est et elles

composent plus de 80 % de la production mondiale³⁰. Cette mise en marché effectuée par les chocolatiers de luxe en France marque le début d'une valorisation du chocolat en fonction de la rareté, à la manière du modèle viticole (Garcia-Parpet 2009, 21). En adoptant un modèle des saveurs semblable à celui des vins français, les chocolatiers valorisent leurs produits de la même manière que le sont les vins de grands crus (Terrio 2000).

C'est Valrhona qui a contribué à populariser l'usage des noms de variété et des indications géographiques chez les petits chocolatiers-pâtisseries de luxe, mais c'est probablement la chocolaterie Bonnat qui, la première fois, a utilisé l'expression « grand cru » pour parler de chocolat. Si les chocolatiers-pâtisseries n'ont pas de contact avec la matière première, les chocolatiers de Bonnat ont une longue expérience dans la transformation des fèves de cacao. En 1984, le petit-fils du fondateur décide de donner une autre direction à la chocolaterie pour fêter son centenaire. Depuis sa fondation, l'atelier est équipé de la chaîne de production nécessaire à la transformation des fèves de cacao, mais en 1984, on commence à y confectionner huit tablettes d'origine qui seront nommées les « Grands Crus Historiques » : « Côte d'Ivoire, Madagascar, Ceylan, Trinité, Chuao, Équateur, Puerto Cabello, Hacienda El Rosario » (Bonnat Chocolatier 2015). Ces grands crus seront les précurseurs des premières tablettes *bean-to-bar*, douze ans plus tard, même si Bonnat ne revendiquera jamais l'appellation. La compagnie a ainsi établi un précédent en associant la rareté à la qualité. Comme dans les cas précédents, cette rareté peut être géographique, par exemple en désignant une seule plantation, comme Hacienda El Rosario, ou génétique, comme avec le cacao Chuao du Venezuela, la première variété à obtenir une dénomination d'origine (SAPI 2018). Des chocolatiers comme Bonnat et Linxe, en valorisant la rareté, ont donc contribué à influencer autant les grands joueurs comme Valrhona et Barry Callebaut, que les chocolatiers *bean-to-bar* qui les suivront.

La tension entre lieu d'origine et variété s'est donc développée à partir de cette valorisation de la rareté cacaoyère sur le modèle du terroir viticole, mais à partir des informations partielles disponibles sur les variétés cacaoyères utilisées. Le modèle de classification du cacao qui en résulte est donc encore à construire, faisant s'enchevêtrer les catégories sur lesquelles il s'appuie.

³⁰ Je reviendrai sur les questions concernant la taxonomie du cacao dans la sous-section suivante.

Cependant, plus de trente ans séparent les premières tablettes Grands Crus de Bonnat des premiers chocolats Qantu, en 2017. La façon dont des chocolatiers comme Elfi et Maxime se distancient d'un mode de valorisation concentré uniquement autour du terroir cacaoyer, ou dont d'autres, comme chez Dandelion, utilisent une définition naturalisée du terroir, indique un effort pour démêler les catégories naturelles et sociales qui ont longtemps été imbriquées dans la commercialisation du cacao et du chocolat, comme je veux maintenant l'expliquer.

En effet, le prix du cacao conventionnel est influencé par le pays ou la région de provenance en fonction des variétés et des méthodes de fermentation et de séchage qui y sont les plus communes. Par exemple, le cacao du Cameroun est réputé pour être du Trinitario et pour être séché artificiellement³¹. Il est surtout utilisé pour faire de la poudre de cacao en raison de sa couleur rougeâtre, qui donne un bel aspect au produit, et aussi puisque ses potentielles notes fumées ne sont pas perceptibles dans le cacao en poudre, mais le sont dans le chocolat. Le cacao de l'île de Sulawesi, en Indonésie, est reconnu pour contenir peu de beurre de cacao et pour être très peu, voire aucunement fermenté, et donc très astringent et amer. C'est pourquoi il est vendu à très bas prix et utilisé en le mélangeant avec des fèves de plus haute qualité lors de la production de chocolat (Beckett, Fowler, et Ziegler 2017, 44). Chacun des plus importants pays producteurs de cacao est déjà associé de cette manière à certaines variétés et à des traitements post-récoltes spécifiques de manière à influencer l'usage et la demande pour leur production. Un système d'évaluation et de gradation du cacao en fonction de la région de production, qui mêle facteurs géographiques, environnementaux et sociaux, un peu à la manière de la valorisation par le terroir, est donc déjà en place dans le cacao conventionnel, même si ce système n'est pas mis à profit pour valoriser le cacao produit auprès des consommateurs de chocolat, sinon pour fixer son prix sur les marchés internationaux.

³¹ Le séchage artificiel est une expression utilisée pour désigner les techniques de séchage qui utilisent une autre source de chaleur que celle du soleil. Une des techniques de séchage artificiel les plus communes consiste à entretenir un feu de bois sous la plateforme de séchage des fèves puis de diriger la fumée à l'extrémité de la plateforme pour ne pas contaminer les fèves. Ce genre de technique comporte tout de même des risques de contamination des fèves par un arôme fumé, faisant baisser leur prix sur le marché (Beckett, Fowler, et Ziegler 2017, 23-25).

Une vision plus naturalisée du terroir ou le refus de prendre cette catégorie isolément permet aux chocolatiers *bean-to-bar* de s'éloigner de ce modèle pour faire éclater les idées reçues sur les régions productrices et montrer la diversité génétique qui peut exister à l'intérieur d'un seul pays, comme le font Elfi et Maxime, qui, en 2021, confectionnent sept tablettes d'origines différentes du Pérou seulement. Les différentes nuances qu'amènent les chocolatiers pour appréhender la catégorie de terroir cacao leur permet de valoriser de manière distincte les éléments qui font la qualité et l'unicité de leurs tablettes, entre autres la rareté génétique des fèves de cacao. D'ailleurs, la frontière qui était jusqu'à présent érigée entre les variétés fines et rares comme les Criollo et les Trinitario, et les plus robustes et communes, les Forasteros, tend à éclater. C'est donc le signe que les chocolatiers *bean-to-bar*, en valorisant la rareté, ont fait tourner les regards vers la biodiversité cacaoyère.

2.2.2 Conservation de la biodiversité cacaoyère : revitaliser les variétés natives

Si les chocolatiers *bean-to-bar* valorisent la rareté au nom de la conservation de la biodiversité cacaoyère, ce sont les botanistes, généticiens et agronomes spécialistes du cacao qui leur fournissent les arguments et les outils dont ils ont besoin pour justifier leur quête des saveurs. Je veux maintenant montrer comment les allers-retours entre les sciences biologiques et les conventions gastronomiques de l'industrie chocolatière contribuent à mettre de l'avant la conservation de la biodiversité comme valeur de l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar*. En effet, les différentes taxonomies cacaoyères proposées au cours des derniers siècles ont un impact sur la compréhension que les chocolatiers *bean-to-bar* et l'industrie chocolatière en général ont des variétés de cacao, de leurs utilisations et de leur mise en marché. Comme évoqué plus tôt, depuis les chocolatiers français décrits par Susan Terrio dans les années 1990, la norme est de considérer les variétés dites Criollo, plus rares et enclines à souffrir d'épidémies et de variations climatiques, comme étant les plus fines et les plus savoureuses. Au contraire, les variétés Forastero seraient moins complexes, mais offriraient de meilleurs rendements (Young 2007, 15). Cette information est relayée autant dans diverses publications scientifiques, même récentes (Wickramasuriya et Dunwell 2018), que par l'Organisation Internationale du Cacao (International Cocoa Organization 2020) ainsi que par des chocolatiers et autres acteurs de l'industrie. Dans un de ses ouvrages, devenu culte, *The new taste of chocolate* :

a cultural and natural history of cacao with recipes, Maricel Presilla (2009), l'un des porte-étendards du mouvement *bean-to-bar* et co-fondatrice des International Chocolate Awards, évoque cette préférence des chocolatiers pour les variétés Criollo :

Surely there were better and worse grades of cacao in pre-Hispanic Mexico. But without exception, all belonged to the Criollo strain – which has tragically disappeared from the Mexican cacao supply in modern times. Today, cacao experts conduct search missions to odd corners of Chiapas and Tabasco or other southern parts, desperately trying to follow up rumors of a farm that preserves just a few trees of Criollo, or something with light-colored beans that might be Criollo (Presilla 2009, 23).

Cette distinction commerciale entre Criollo et Forastero, que l'on pourrait comparer à celle entre Arabica et Robusta dans le café, se base sur une taxonomie cacaoyère établie à partir de caractères géomorphologiques auxquels se sont intéressés les botanistes depuis la fin du XIX^e siècle. En 1964, le botaniste José Cuatrecasas publie une revue de toutes les études taxonomiques sur les espèces du genre *Theobroma*. Il propose que les populations de cacao nord et sud-américaines se soient développées en deux formes distinctes, isolées l'une de l'autre par l'isthme de Panama. Sur la base de cette hypothèse, il formule une taxonomie qui divise l'espèce *T. cacao* en deux sous-espèces, *T. cacao ssp. cacao* et *T. cacao ssp. sphaerocarpum*, ou plus communément, Criollo et Forastero. Des études génétiques effectuées dans les années 1990 et 2000 ont démontré qu'il n'y avait pas lieu de distinguer les deux populations en sous-espèces, puisque la distance génétique entre deux individus Forastero, par exemple, peut être aussi grande qu'entre un individu Criollo et un autre Forastero. Il n'en demeure pas moins que cette taxonomie en trois groupes morphogéographiques, en incluant le groupe Trinitario, hybride des deux premiers, demeure un référent contemporain autant pour les agronomes et botanistes que pour l'industrie chocolatière (J. Motamayor et al. 2002; Lanaud, Motamayor, et Sounigo 2003).

En 2008, la classification génétique des groupes Criollo, Forastero et Trinitario est revue et l'existence du groupe génétique Forastero est remise en question (J. C. Motamayor et al. 2008). L'équipe de Juan Carlos Motamayor, ingénieur agronome, montre que la diversité cacaoyère en Amérique du Sud ne peut être réduite à un seul groupe génétique et que la dichotomie Criollo/Forastero ne tient pas la route, d'autant plus que les variétés Criollo sont issues de matériel génétique sud-américain. Dix groupes génétiques (*clusters*) sont définis en tout dans cette étude, soit le Criollo, et neuf autres groupes, nommés selon la localisation ou le cultivar

traditionnel le plus représenté dans les groupes formés. Les avancées dans la cartographie du génome des populations de cacao auront pour effet de faire partiellement tomber le mythe qui plaçait les variétés des familles Criollo et Forastero aux deux pôles d'un continuum des saveurs, les unes délicates et variées, les autres, robustes et plus génériques. Le problème est que l'expression « criollo » est devenue un qualificatif commercial pour tous les lots de cacao fins, peu importe leur appartenance à un groupe génétique. Il est ainsi possible de trouver des tablettes confectionnées à partir de « fèves de cacao Criollo pure origine Pérou » (Rose & Cacao s. d.), bien que, selon la classification de Motamayor (2008), aucune variété appartenant au groupe génétique n'ait à ce jour été répertoriée au Pérou. Il devient difficile de savoir si les chocolatiers utilisent le terme de manière commerciale ou génétique. Il est aussi compréhensible que des compagnies ayant développé leur argumentaire de vente sur l'amalgame entre fèves de qualité et Criollo soient réticentes à modifier ce dernier, ce qui risquerait de générer une certaine confusion auprès de leurs consommateurs. Historiquement, *criollo* désigne aussi les populations espagnoles nées en Amérique, ce qui rend d'autant plus paradoxal que les variétés préhispaniques soient désignées sous ce même qualificatif. À la base, les noms des groupes Criollo et Forastero de Cuatrecasas ont été empruntés à des producteurs de cacao de la côte vénézuélienne vers la fin du XIX^e siècle par le premier botaniste à proposer l'existence de deux populations cacaoyères distinctes. Ces termes étaient utilisés pour désigner respectivement les variétés locales de celles introduites d'autres régions, différenciables par l'aspect de leurs cabosses. Ces appellations ont été relayées dans les propositions taxonomiques des botanistes depuis, mais, en Amérique latine, criollo désigne toujours certaines races d'élevage et cultivars locaux, dont de cacao (J. Motamayor et al. 2002, 385; Masonis et al. 2017, 167). L'utilisation du terme criollo pour définir des lots de cacao ne faisant pas partie du groupe génétique Criollo n'est donc pas nécessairement fautive, puisqu'elle peut faire référence à la manière dont les producteurs désignent eux-mêmes les variétés qu'ils produisent et qui sont natives à leur région. Il faut aussi noter que la taxonomie proposée par Motamayor et al. (2008) n'est pas utilisée de manière consensuelle dans l'industrie.

Les avancées en génétique cacaoyère font toutefois bouger les choses dans le monde du chocolat *bean-to-bar* au fur et à mesure que les chocolatiers s'approprient ces connaissances sur le cacao,

même si de tels changements dans les conventions sont difficiles à mettre en place. De plus en plus, les chocolatiers *bean-to-bar* vont au-delà de la distinction entre Criollo et Forastero pour différencier leur travail de l'industrie chocolatière conventionnelle. Par exemple, les chocolatiers de Qantu distinguent deux catégories variétales, les natives, issue de populations traditionnelles, et les hybrides, de programmes de sélection. Les variétés natives, que l'on peut aussi appeler traditionnelles ou *landraces* se distinguent des variétés hybrides sur la base de plusieurs critères. Elles peuvent être définies de la manière suivante : « *a dynamic population(s) of a cultivated plant that has historical origin, distinct identity and lacks formal crop improvement, as well as often being genetically diverse, locally adapted and associated with traditional farming systems'* » (Camacho Villa et al. 2006, 381).

Alors que les chocolatiers de Qantu font le tour des kiosques des associations de cacaoculteurs au Salón Cacao y Chocolate à Lima, Maxime explique leur processus de sélection :

On a trois tablettes de cacao différentes actuellement, on vise en faire deux de plus. On a demandé des échantillons aux différents producteurs avec lesquels on travaille déjà, comme ceux qui nous vendent le Chunchu de Cusco, mais on a aussi rencontré d'autres producteurs. Le 7 juillet, on a une rencontre cédulée avec plusieurs associations de producteurs. [...] Le cacao qu'on recherche est un non-hybride, car les hybrides sont trop communs, ils n'ont pas assez de notes et ont un profil trop commun.

Cette préférence pour les variétés natives part d'une valorisation de la rareté gustative et génétique, mais engendre une stratégie commerciale de conservation de ces variétés. Lorsque je demande à Elfi si des associations avec lesquelles ils font affaire voudraient m'accueillir pour ma collecte de données, elle me répond : « Il y a deux organisations où tu pourrais aller, une à Cusco et une à Piura. Si tu y vas en juin, tu devrais aller à Piura parce qu'ils produisent à l'année et qu'ils sont une coopérative qui est un bel exemple de succès. Eduardo fait un bon travail avec le cacao Blanco. » Eduardo est ingénieur agronome chez Norandino et, au moment de la collecte de données en 2017, il est aussi le président des cacaoculteurs de la coopérative. Une partie du cacao Blanco vendu par Norandino a été cloné depuis la parcelle même du père de l'ingénieur, après qu'un importateur se soit émerveillé devant la couleur blanche des fèves. Ils organisent des échanges avec des spécialistes pour qu'ils analysent le génome des cultivars et pour vérifier comment générer de bons rendements dans une région aride comme Piura, de manière à en étendre la culture et produire des lots commercialisables (Asociación Peruana de Productores de

Cacao 2017). Comme quoi le succès de certaines variétés et les efforts mis dans leur conservation peuvent tenir à une seule particularité phénotypique qui fait leur rareté³².

Le cacao Chunchu et le Blanco natif piuranais (aussi appelé Porcelana du Pérou, en référence au Porcelana du Venezuela, dont les fèves sont également blanches) qu'achètent les chocolatiers de Qantu sont deux cultivars traditionnels du Pérou (*landraces*) (Arevalo-Gardini et al. 2019, 2). Au début des années 2000, il est estimé qu'environ 30 % du cacao cultivé mondialement est issu de variétés sélectionnées, tandis que 70 % des plants sont issus de populations traditionnelles (Bennett 2003). Une grande richesse génétique est donc à portée de main des chocolatiers. Elfi de Qantu parle d'ailleurs du cacao Chunchu avec les yeux brillants : « Les arbres sont vieux, le cacao pousse presque tout seul, dans la forêt puisque c'est un cacao natif. Il y a peu d'entretien à faire. » Il y a un certain prestige associé à l'utilisation d'une variété ancienne de cacao, considérée comme étant plus pure et authentique. Ce prestige est issu de la rareté ou de l'inaccessibilité de ces variétés, mais aussi de la croyance que leur utilisation favorisera leur préservation. Maxime explique que des cacaoculteurs produisant des variétés natives se font en effet offrir de semer des variétés hybrides comme du CCN-51. Si aucun acheteur ne s'intéresse au travail de ces producteurs, il est plus que probable que ces variétés disparaîtront. La demande pour ces variétés natives et les prix plus élevés payés pour des cacaos de qualité favorisent bel et bien la conservation *in situ* de variétés traditionnelles, ainsi que de la recherche sur le génome de ces variétés (Arevalo-Gardini et al. 2019, 2). Selon l'étude d'Arevalo-Gardini et al. (2019) sur le génome du cacao Blanco, au moment de la publication en 2019, encore très peu d'information est disponible sur l'identité génétique de cette variété de cacao et sur comment elle est reliée aux autres groupes génétiques, malgré l'ancienneté de ce *landrace*. La demande pour cette variété a donc favorisé la recherche dans le but de reconnaître son statut variétal.

³² Ce phénomène de succès sur la base d'une caractéristique phénotypique n'est pas seulement observable sur le marché de niche du cacao. Par exemple, le cultivar paysan « Qhachun waqachiy », est devenue l'emblème de la conservation bio-culturelle (double conservation des dimensions biologiques et culturelles) au Parc de la pomme de terre de Pisac, au Pérou, en raison des formes bosselées de ce tubercule, qui le rendent très difficile à éplucher. Les concours d'épluchage de cette pomme de terre, qui ont lieu dans le cadre d'activités au Parc, ont permis de mettre l'accent sur « l'importance des pratiques sociales et culturelles pour la conservation » (Hall 2020, 51).

Il existe donc un aller-retour entre la recherche scientifique et les pratiques de l'industrie chocolatière et des différentes filières qui lui sont liées. Le peu d'intérêt de l'industrie du chocolat conventionnel pour les saveurs des cultivars natifs comme hybrides justifie en partie l'absence d'intérêt pour ces questions dans les recherches génétiques sur le cacao jusqu'à très récemment (Argout et al. 2008). Toutefois, dans les années 1990, avec la valorisation de nouvelles saveurs par les chocolatiers français, puis avec l'émergence de l'industrie *bean-to-bar*, mais surtout avec l'arrivée de gros joueurs comme Valrhona et Cacao Barry sur la scène des chocolats de couverture d'origine, il commence à y avoir une demande pour des cacaos « grands crus » ou fins (Terrio 2000). Il devient dans l'intérêt des acteurs de l'industrie, et surtout des pays producteurs, d'investir dans de la recherche sur les variétés cacaoyères et de cartographier leur génome. Il est peu probable que les chocolatiers *bean-to-bar*, avec les petits volumes qu'ils transforment, puissent à eux seuls entretenir le marché du cacao fin, mais il n'en demeure pas moins qu'ils mettent de l'avant des tendances de saveurs et d'origines de cacao à travers l'étalage de leur maîtrise de la matière première lors d'événements et de concours internationaux. L'origine Piura, par exemple, revient année après année dans les prix gagnés internationalement par les tablettes de chocolatiers du monde entier. De plus, il existe quelques compagnies *bean-to-bar* qui transforment de plus gros volumes, ou qui sont même distribuées en grandes surfaces, comme Theo Chocolate, pour n'en nommer qu'une seule. Tous ces acteurs, en partant des plus gros broyeurs jusqu'aux plus petits, en valorisant la rareté, contribuent à entretenir la demande pour des lots de cacaos fins et à justifier de la recherche sur les qualités organoleptiques des variétés cacaoyères et, de surcroît, à favoriser leur conservation.

Cependant, avec l'éclatement de catégories comme le terroir ou le glissement des frontières entre les variétés fines et conventionnelles, un certain retour de balancier est à l'œuvre. Bien que la préférence des chocolatiers *bean-to-bar* pour des variétés rares demeure, des chocolatiers comme Garçoa, en Suisse, s'essaient à transformer des hybrides, comme le fameux CCN-51, réputé pour être un des plus astringents, mais qui représente tout de même le cultivar le plus planté en Équateur (Boza et al. 2014). Il ressort de cette expérience que, avec une fermentation adaptée, le CCN-51 n'est pas si mal, en dépit de sa réputation (Masonis et al. 2017, 169). La séparation des dimensions naturelles et sociales de la production du cacao contribue donc à

remettre en perspective ce qui influence le goût du chocolat et du cacao pour explorer comment tous ces facteurs interagissent. D'un côté, les chocolatiers *bean-to-bar* mettent l'accent sur les variétés cacaoyères, et de l'autre, ils valorisent le travail des producteurs de cacao qui conservent ces variétés et contribuent à les mettre en valeur.

2.3 Échanger avec les cacaoculteurs : expertise et transparence

Les dernières valeurs mobilisées par les chocolatiers *bean-to-bar* dans l'économie morale de la confection du chocolat ont trait à leurs relations avec les fournisseurs, soit avec les cacaoculteurs. J'ai montré dans la section précédente que les chocolatiers *bean-to-bar* valorisent la rareté des variétés cacaoyères et leur conservation. Ces valeurs émergent de la recherche de la part des chocolatiers de matière première aux saveurs uniques. Cependant, une variété savoureuse qui serait mal fermentée et séchée ne répondrait pas aux standards des chocolatiers. C'est pourquoi ces derniers valorisent l'**expertise** et la **transparence** dans leurs rapports avec leurs fournisseurs. Ils désirent entretenir des relations commerciales avec des cacaoculteurs qui offrent des connaissances et des savoir-faire complémentaires aux leurs, c'est-à-dire qui sont experts dans les étapes de transformation post-récoltes et qui offrent un produit de qualité année après année. De plus, la traçabilité du cacao étant essentielle pour la démarche artisanale des chocolatiers, ils misent ce qu'ils nomment des rapports de transparence tout le long de la filière, des cacaoculteurs jusqu'aux clients. Je veux maintenant montrer comment les chocolatiers valorisent l'expertise des cacaoculteurs en créant un marché à part, celui du cacao fin, qui diffère du marché du cacao conventionnel. J'enchaînerai sur une exploration de que signifie pour les chocolatiers de bâtir une filière transparente. Pour ce faire, je montrerai comment ces derniers, en recherchant une traçabilité plus grande des fèves, impulsent de la même façon des relations plus personnalisées et plus directes avec leurs fournisseurs, s'assurant du même coup d'entretenir des rapports qui correspondent à leurs standards en matière d'éthique.

Puisque ces valeurs de l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar* concernent directement les relations que les chocolatiers entretiennent avec les cacaoculteurs, cette section, encore plus que les autres, prendra comme point de départ les données collectées auprès des chocolatiers de Qantu. L'analyse qui suit est donc une étude de cas de la façon dont les

chocolatiers de Qantu mettent en pratique ces valeurs dans leur filière. Cette dimension de l'économie morale *bean-to-bar* est plus difficilement généralisable au mouvement *bean-to-bar* que les précédentes. S'il est possible de généraliser la mise de l'avant de la transparence et de la valorisation de l'expertise des cacaoculteurs dans les discours commerciaux des chocolatiers, il devient difficile de vérifier si ces discours se traduisent en pratiques fondatrices de la filière. Par exemple, de nombreux chocolatiers *bean-to-bar* font affaire avec l'intermédiaire Uncommon Cacao, qui commercialise des variétés de cacao fin de nombreux pays d'Amérique centrale et du Sud, ainsi que de l'Ouganda, du Ghana et des Philippines. L'avantage de cet intermédiaire est qu'il offre une bonne traçabilité du cacao et, en regroupant les commandes de chocolatiers qui transforment de petits volumes, permet de réduire les coûts d'importation pour ces derniers. En parcourant la page des acheteurs de Uncommon Cacao (Uncommon Cacao 2019), il est toutefois étonnant de trouver quelques compagnies qui se réclament de pratiquer le commerce direct alors qu'elles achètent d'une à toutes leurs origines de cacao chez Uncommon Cacao, ou qui mettent l'accent sur les origines de cacao et sur leur processus d'approvisionnement (*sourcing*) sans préciser qu'ils font affaire avec un intermédiaire. C'est le signe que les pratiques morales reliées au mouvement *bean-to-bar* sont parfois à géométrie variable et que l'entretien d'une image de contact avec la matière première et ses producteurs permet bel et bien de vendre des tablettes.

Chez Qantu, le discours commercial s'aligne avec les pratiques éthiques des chocolatiers. Ces derniers pratiquent le commerce direct, c'est-à-dire qu'ils ne désirent pas acheter leur cacao via un ou plusieurs intermédiaires, ils souhaitent l'obtenir directement des producteurs, de manière à ce que leur chaîne d'approvisionnement soit la plus courte possible. Cette pratique leur permet de valoriser à la fois l'expertise des cacaoculteurs avec qui ils font affaire, et de maintenir des rapports de transparence avec ces derniers et avec leurs clients. L'avantage que propose le cas d'Elfi et Maxime de Qantu pour cette étude est que les agriculteurs qui produisent le cacao qu'ils achètent sont membres d'une coopérative avec laquelle les chocolatiers sont directement en contact pour acheter leur cacao. Ce contact fait apparaître de manière plus saillante les obligations morales que les chocolatiers entretiennent envers leurs fournisseurs et les valeurs qu'ils accordent au travail de ces derniers pour leur propre projet de confection de chocolat.

2.3.1 Réformer le marché du cacao : valoriser l'expertise des cacaoculteurs

Pour contrer les fluctuations du prix du cacao causées par l'économie de marché, les chocolatiers de Qantu achètent le cacao au kilogramme à un prix fixe annuel proposé par les associations auprès desquelles ils s'approvisionnent. Pour les chocolatiers, le commerce direct est une manière d'offrir plus aux producteurs, puisqu'aucun acteur intermédiaire ne prend de cote sur leur produit, ce qui signifie plus d'argent pour tous les acteurs de la filière, des producteurs, jusqu'aux clients. Il faut dire que cet écart est surtout représentatif pour les cacaoculteurs, pour qui la part de revenus le long de la filière du chocolat conventionnel est la plus basse dans l'industrie, étant calculée internationalement à 6,6 % des profits résultants, en comparaison avec 35,2 % pour les fabricants et 44,2 % pour les distributeurs, qui sont les acteurs de la filière recevant la plus grosse part des profits effectués pour la vente de chocolat (VOICE Network 2015, 34-35).

L'initiative du commerce direct vise donc à rétablir ce rapport en se donnant les moyens d'offrir un prix plus juste aux cacaoculteurs. Le cacao conventionnel ou *bulk cocoa* est une marchandise cotée en bourse qui s'achète à la tonne par l'entremise de ce qui est nommé un contrat à terme, soit un achat payé d'avance d'une quantité donnée de tonnes de fèves de cacao sèches qui devront être délivrées à un moment spécifié dans le contrat. Les cours boursiers du cacao fluctuent chaque jour, reflétant les contrats signés durant la journée. Par exemple, pour l'année 2017, les contrats à termes de cacao ont oscillé entre 1769 \$ US et 2291 \$ US par tonne de cacao (TFC Charts 2019). La filière *bean-to-bar* échappe au marché des marchandises (Fowler et Coutel 2017, 45) et les chocolatiers achètent plutôt le cacao à un prix fixé au kilo. Le marché sur lequel s'approvisionnent les chocolatiers *bean-to-bar* est celui du cacao fin (en anglais, *fine or flavour cocoa*) (Fowler et Coutel 2017, 45). Par exemple, l'entreprise Dandelion à San Francisco, produit chaque année un rapport d'approvisionnement où elle publie les prix payés aux fournisseurs pour chaque origine ainsi que les quantités achetées annuellement, avec le nom des importateurs et des exportateurs, ainsi que des informations techniques sur les organisations avec lesquelles ils font affaire et sur le cacao de chaque origine (profil gustatif, techniques de séchage et de fermentation). L'entreprise inclut entre autres un diagramme qui indique les prix payés en moyenne à tous leurs fournisseurs chaque année par rapport au prix moyen payé

mondialement. Pour l'année 2017, Dandelion a payé en moyenne 6349 \$ US par tonne métrique de cacao, ce qui représente presque trois fois le prix le plus élevé payé pour un contrat à terme sur le marché du cacao pour la même année (Dandelion Chocolate 2018).

Il faut toutefois porter attention à la nature des données présentées sur ce type de rapport. Dans le cas de Dandelion, les prix payés correspondent ce qu'ils appellent un « *landed price* », c'est-à-dire le prix total payé pour le cacao, frais d'importation et de transport compris (Dandelion Chocolate 2018). Ce prix semble donc élevé par rapport à celui de la bourse, mais ne représente pas celui reçu directement par les producteurs, le fameux *farm gate price*. Il devient donc difficile d'évaluer l'impact réel que le marché du cacao fin peut avoir pour la rémunération des agriculteurs par rapport au marché conventionnel. Ce n'est pas parce qu'un lot de cacao est acheté sur ce marché alternatif qu'il est nécessairement payé à un prix meilleur que celui indiqué par celui du cours boursier du cacao. Pour revenir à l'exemple d'Uncommon Cacao nommé plus haut, leur rapport de transparence montre que le prix moyen payé à tous les producteurs demeure plus haut que celui du cours boursier entre 2013 et 2020, mais ne s'en éloigne jamais plus que d'un dollar/kilo, voire que de quelques sous. Par exemple, pour 2020, le prix moyen payé pour le cacao conventionnel à la bourse de New York était 2,37 \$ US et celui payé par Uncommon Cacao aux agriculteurs, 2,79 \$ US. Il faut aussi prendre en compte que les coûts de production pour le cacao fin peuvent être plus élevés, puisque les variétés cultivées peuvent être plus promptes aux maladies et aux insectes indésirables et moins productives que les variétés hybrides. Les standards des acheteurs sont également plus élevés. Les agriculteurs doivent donc gérer tous ces facteurs, engendrant du temps de travail et des pertes supplémentaires. Des prix tels que ceux payés par Uncommon Cacao sont donc insuffisants pour affirmer que les agriculteurs reçoivent beaucoup plus que sur le marché conventionnel. Les chocolatiers payent donc réellement des prix plus élevés, mais ces montants sont absorbés en majorité par les coûts d'importation.

Du côté de Qantu, les chocolatiers s'assurent de payer deux à trois fois le prix du marché conventionnel directement aux organisations avec lesquelles ils font affaire, ce prix excluant le transport et l'importation. Ils s'associent également avec des organisations, comme des coopératives, qui appartiennent aux producteurs et qui redistribuent les profits effectués. La

chocolaterie est d'ailleurs la seule au Canada à acheter directement de coopératives de producteurs, les autres compagnies faisant plutôt affaire avec des importateurs, ou achetant directement, mais de compagnies de production privées. Pour Qantu, pratiquer le commerce direct est une des manières de rémunérer les cacaoculteurs à un prix juste. Le commerce direct n'est pas la norme en matière de relations commerciales dans la filière *bean-to-bar*. Si d'autres chocolatiers font appel à des intermédiaires, c'est surtout pour des raisons techniques, financières ou pratiques. Il faut dire que l'importation privée de cacao implique des tarifs et des embûches logistiques non négligeables, notamment des coûts d'importations très élevés. De plus, tous les chocolatiers ne désirent pas s'improviser acheteurs de cacao à l'étranger, ce qui requiert des connaissances de base sur les pays producteurs et des déplacements que tous ne peuvent ou ne veulent se permettre, au contraire d'Elfi, qui a cet avantage d'être originaire du Pérou et de pouvoir communiquer beaucoup plus facilement avec ses fournisseurs. Les connaissances d'Elfi permettent aussi aux chocolatiers de trouver des contacts et de développer des relations commerciales beaucoup plus facilement. Cette démarche leur permet de trouver eux-mêmes des organisations qui proposent un cacao de qualité et qui n'est pas déjà transformé par plusieurs autres chocolatiers *bean-to-bar*. Ils peuvent ainsi propulser des cacaoculteurs, leur région et les variétés qu'ils produisent sur le marché du cacao fin et sur la scène internationale.

Les chocolatiers de Qantu payent un fort prix pour le cacao puisqu'ils recherchent des fèves exceptionnelles. En rémunérant l'excellence, ce n'est pas seulement la question du prix du cacao que les chocolatiers veulent réformer, sinon toute la filière. En escomptant recevoir le meilleur des cacaoculteurs, à leur tour, les chocolatiers font tout ce qu'ils peuvent pour mettre en valeur dans leurs tablettes le cacao natif de la région de production des agriculteurs et leur fournir une vitrine dans les compétitions internationales. Elfi et Maxime sont conscients que, pour le moment, ils n'achètent pas en quantité suffisante pour faire vivre une organisation complète de cacaoculteurs, mais, selon eux, la pérennité économique d'une organisation passe également par la diversité de ses acheteurs. Selon Elfi, c'est un autre avantage du commerce direct, c'est-à-dire que les cacaoculteurs peuvent, dans une certaine mesure, choisir eux-mêmes à qui ils vendent, petits ou gros joueurs, tandis que les associations d'agriculteurs qui vendent l'entièreté du cacao qu'ils produisent à un exportateur, même si ce dernier les paye justement, perdent leur gagne-

pain si l'exportateur décide d'acheter ailleurs. Dans la vision des chocolatiers, encourager les cacaoculteurs qui produisent du cacao fin est une manière de réformer le marché de la vente du cacao. Les producteurs qui, grâce au retour sur la qualité des chocolatiers, savent qu'ils offrent un cacao d'une variété unique, bien fermenté et séché, ont un avantage commercial sur des cacaoculteurs qui vendent leur produit au même prix à des exportateurs certifiés équitables. Ils sont conscients de la qualité de leur produit et possèdent des savoirs sur le traitement post-récolte qui leur permettent de rejoindre le marché du cacao fin. Les chocolatiers ne peuvent donc acheter un cacao qu'ils trouvent quelconque puisqu'ils visent justement à encourager les agriculteurs qui produisent des variétés goûteuses qu'ils transforment selon les paramètres appropriés de fermentation. Ces cacaos présentent en quelque sorte déjà une valeur ajoutée et ne peuvent être achetés au prix de la valeur marchande sur le marché conventionnel.

Le commerce direct est d'ailleurs utile pour effectuer ce genre de retour sur le cacao. Pour Elfi, cela lui permet d'avoir un contact rapide avec les organisations auprès desquelles ils s'approvisionnent dans l'éventualité où ils recevraient une récolte qui ne répond pas à leurs critères. Le cacao est une matière naturelle complexe qui contient plus de 600 composés volatils qui sont directement influencés par le séchage et la fermentation, mais peuvent aussi être affectés par le climat durant les récoltes, le transport et le stockage. Il est donc possible que certains lots de cacao ne soient pas à la hauteur de ce que les chocolatiers attendent. Ceci est plutôt rare avec les organisations avec lesquelles travaillent les chocolatiers de Qantu, mais peut tout de même arriver. Heureusement, les chocolatiers peuvent communiquer directement avec leurs fournisseurs pour régler les problèmes liés à la qualité, ce qui n'est pas le cas des chocolatiers qui font affaire avec un importateur, aussi transparent soit-il.

Puisque les chocolatiers se donnent comme objectif de refléter à travers leur chocolat la diversité du cacao natif du Pérou, le gros de leur production est des tablettes d'origine simple. Ils ne peuvent donc utiliser les stratégies utilisées dans l'industrie du chocolat conventionnel pour améliorer la saveur d'un cacao, comme le mélange d'origines de cacao différentes, l'ajout de vanille ou d'une quantité plus importante de sucre, qui, comme vu précédemment, ne sont pas encouragées dans l'industrie *bean-to-bar* (Fowler et Coutel 2017, 42). Comme la chocolatière l'explique, Maxime et elle ne visent pas à offrir un produit toujours homogène et puisque le cacao

est une matière variable, les lots de chocolat peuvent changer selon les lots de cacao reçus, mais la saveur d'un lot de cacao demeure relativement la même, à moins qu'il y ait un problème le long de la chaîne de production. Dans l'éventualité où un lot de cacao ne correspondrait pas du tout au profil de saveurs habituel, Elfi et Maxime peuvent choisir de confectionner un produit alternatif à la tablette d'origine visée au départ plutôt que de risquer de confondre ou de décevoir les consommateurs.

Les chocolatiers dépendent donc de la constance de la qualité du cacao produit par les agriculteurs afin de mener à bien leur entreprise. Ils ne peuvent qu'acheter le meilleur cacao possible et ne peuvent se permettre de confectionner des tablettes avec du cacao qui ne reflète pas la qualité de l'origine représentée. Une certaine constance par rapport au profil de saveurs d'une tablette d'origine devient donc un enjeu représentationnel des régions de production de cacao et de leurs variétés, ainsi qu'un enjeu de fidélisation et d'éducation gustative de la clientèle de la chocolaterie. En résumé, la valorisation de l'expertise des cacaoculteurs se fait donc par la création du marché du cacao fin et par les prix plus avantageux offerts pour le cacao, ainsi que par la mise en valeur de cette expertise de la part des chocolatiers, qui sauront transformer les lots reçus de façon à en faire ressortir les caractéristiques uniques. Un lien de confiance important doit donc se développer entre les deux parties pour que soit mise en valeur l'expertise des cacaoculteurs d'une région donnée.

2.3.2 Établir des rapports de transparence le long de la filière

Pour les chocolatiers, sortir du modèle de commercialisation du cacao conventionnel signifie briser l'anonymat dans lequel demeurent les cacaoculteurs par rapport aux grandes entreprises qui transforment leur cacao. Les chocolatiers cherchent à établir une relation de confiance bidirectionnelle avec les cacaoculteurs afin de créer un partenariat de longue durée où les attentes de chacun ont plus de chances d'être satisfaites. Les chocolatiers de Qantu exigent de connaître personnellement leurs fournisseurs de cacao et de visiter le plus souvent qu'ils le peuvent les plantations de cacao des agriculteurs auprès desquels ils s'approvisionnent et qu'ils considèrent comme faisant partie de « la famille Qantu (producteurs de cacao et chocolatiers) » (Qantu, Cacao et Chocolat [qantu_chocolat] 2019). Ils préfèrent cette connexion personnalisée,

puisque, comme je le montre dans la présente section, elle devient un marqueur de la moralité et de l'excellence du produit qu'ils offrent, éclipsant la légitimité morale qui accompagne les logos des certifications équitables. Un des avantages d'entretenir un contact direct et continu avec les fournisseurs tient dans la création d'un canal de transmission d'informations qui traverse toute la filière et qui permet aux chocolatiers de fournir le plus de détails possible à leurs clients, comme l'expliquent les chocolatiers de Dandelion : « *We all want to trust someone. But the only way to combat distrust is through information, and this is where transparency comes in; we don't believe in telling our customers what to care about. Instead, we publish information in an annual sourcing report on our website about our beans, including what we paid for them and what we learn from our visits, so everyone can make their own decisions* » (Masonis et al. 2017, 156). Ce sont les pratiques qui permettent de créer et de maintenir ce canal de transmission que les chocolatiers *bean-to-bar* considèrent comme étant « transparentes ».

La manière dont les chocolatiers de Qantu présentent leurs relations avec leurs fournisseurs est évocatrice de cette logique de valorisation de rapports de transparence. Lors d'un marché fermier alternatif, près des ateliers Angus, à Montréal, Elfi présente les tablettes Qantu à son kiosque. Des passants qui découvrent les produits lui demandent si son chocolat est équitable, ce à quoi elle répond : « C'est plus qu'équitable ! » La chocolatière est fière de préciser qu'elle connaît les cacaoculteurs qui ont produit le cacao des tablettes qu'elle a confectionné de A à Z, et qui produisent des cacaos natifs à la zone qu'ils cultivent. Plutôt que de faire appel à des certifications équitables pour justifier la moralité de leur entreprise envers les clients, Elfi et Maxime mettent sur la table leur propre moralité en tant qu'entrepreneurs faisant affaire avec les entrepreneurs que sont eux-mêmes les cacaoculteurs.

Elfi m'explique qu'ils souhaitent travailler avec des cacaoculteurs qu'ils apprécient personnellement et dont ils admirent les valeurs et le travail, que ce soit la conservation de variétés natives ou leur récupération, mais aussi la visée sociale. Le choix de leurs partenaires commerciaux est d'autant plus important que les relations commerciales qu'ils forment avec les cacaoculteurs sont de longue durée. C'est pourquoi des événements comme le *Salón Cacao y Chocolate* à Lima sont importants pour les chocolatiers. Ils leur permettent de rencontrer directement des membres de diverses organisations auxquelles ils peuvent potentiellement

acheter, mais aussi de s'informer sur les variétés cultivées, les quantités, les techniques agricoles, les méthodes de séchage et de fermentation des fèves de cacao, ainsi que la nature des organisations, la manière dont elles sont gérées et leurs aspirations. Le Salón Cacao y Chocolate permet donc à Elfi et Maxime de créer un premier contact avec les producteurs et de cibler les régions qu'ils souhaitent explorer à travers le Pérou pour rencontrer des cacaoculteurs et connaître leurs organisations et leurs produits. Les chocolatiers préfèrent tisser eux-mêmes des relations de confiance avec des cacaoculteurs plutôt que de passer par les sentiers battus. Cela leur permet d'entretenir des relations privilégiées avec les producteurs, de valoriser des associations, des régions et des variétés peu connues, ainsi que d'offrir des produits plus originaux à leurs clients. Pour les chocolatiers de Qantu, le choix de leurs fournisseurs doit refléter leurs valeurs. Les organisations avec lesquelles ils s'associent doivent en premier lieu être soucieuses de la conservation de la diversité cacaoyère, sur laquelle le métier des chocolatiers repose, mais aussi être sensibles aux réalités des agriculteurs qui cultivent ce cacao et valoriser dans l'éducation des cacaoculteurs des pratiques de traitement post-récolte comme le séchage et la fermentation qui favorisent le développement des saveurs des fèves de cacao.

Pour les chocolatiers, effectuer du commerce direct signifie voyager deux fois par année chez chacun de leurs fournisseurs afin de sélectionner les lots qu'ils achèteront et effectuer la transaction et l'exportation. Cette relation de proximité leur permet de mieux connaître ces associations ainsi que la matière première qu'ils produisent. Ces visites leur permettent également d'approfondir leurs relations avec les cacaoculteurs et de briser l'anonymat derrière la transaction financière, en montrant leur intérêt envers le travail des producteurs. Ils s'informent des cacaoculteurs, de leurs désirs et de leurs aspirations pour leurs organisations et pensent à de nouveaux projets communs à chacune de leur visite. Par exemple, à leur boutique ouverte depuis mars 2021, les chocolatiers de Qantu proposent des tablettes confectionnées par les cacaoculteurs d'une des coopératives avec laquelle ils font affaire. Le profit effectué par la vente de ce chocolat revient intégralement à la coopérative dans le but de leur procurer un nouvel appareil pour tempérer le chocolat et améliorer la production. Depuis 2021, Elfi et Maxime confectionnent également une tablette aromatisée à la fumée du *palo santo*. À la vente de chacune de ces tablettes, ils remettent 2 \$ pour financer un projet mis en place par la coopérative

Norandino pour favoriser la reforestation d'espèces endémiques à la forêt sèche de la colline de Dotor à Piura, entre autres celle de l'arbre de *palo santo* (*Bursera graveolens*).



Figure 4. – Publication de Qantu après l'annonce des médaillés de l'Academy of Chocolate (Qantu.

« La belle nouvelle est arrivée pendant notre visite de nos producteurs de cacao CHUNCHO!! » Page Facebook de Qantu, Cacao et Chocolat, 12 juin 2019.

<https://www.facebook.com/Qantuchocolate/posts/2360601880675221>. Autorisation de reproduction et d'adaptation par Elfi Maldonado et Maxime Simard.)

Le lien entre les chocolatiers et les cacaoculteurs se veut donc bidirectionnel en matière de communication et de reconnaissance du travail. Elfi explique : « Je pourrais faire une gamme moins bonne pour montrer aux clients c'est quoi un Qantu à 5 \$ et un à 12 \$, mais en même temps je sortirais de mes valeurs en faisant ça. » La chocolatière ne peut acheter du cacao à bas prix pour faire plaisir aux clients et produire un chocolat moins dispendieux, car elle refuse d'offrir un prix qui n'est pas viable pour les cacaoculteurs, mais également puisque Maxime et elle, par leur entreprise, redéfinissent les idées reçues sur les saveurs du chocolat et du cacao. Lorsque les tablettes des chocolatiers remportent des prix internationaux, c'est le nom de la chocolaterie qui y apparaît, mais aussi celui de la région productrice, mettant en valeur le cacao produit régionalement et de surcroît, les organisations de cacaoculteurs qui le cultivent. Dans ce contexte,

l'origine cacaoyère devient une catégorie naturelle autant que sociale. Elle réfère à la région de production, mais aussi aux cacaoculteurs qui y travaillent. Dans une publication sur les réseaux sociaux, les chocolatiers de Qantu évoquent les cacaoculteurs comme étant leurs « partenaires », avec qui ils fêtent leur victoire à l'Academy of Chocolate avec trois médailles d'or pour leurs tablettes (voir figure 4).

Pour les chocolatiers, leurs succès font également rayonner de manière régionale les cacaoculteurs qui ont produit la matière première, et avec raison puisqu'ils sont des partenaires d'affaires sans qui le chocolat *bean-to-bar* ne pourrait exister. Les chocolatiers mettent de l'avant ce lien avec les cacaoculteurs afin d'expliquer leur projet chocolaté aux consommateurs, comme les étapes derrière le traitement du cacao sec en tant que marchandise. Montrer ce lien direct ou partiellement direct, dans le cas d'une traçabilité du cacao par un intermédiaire, symbolise également un rapport de pureté morale aux yeux des consommateurs. Les grandes compagnies chocolatières comme Cadbury, qu'a analysé Amanda Berlan (2012), ont parfois été accusées à tort par la presse d'utiliser du cacao ayant été produit sous des conditions d'exploitation, parce que contrairement à certaines compagnies comme les entreprises de commerce équitable, elles ne mettent pas de l'avant les programmes d'aide sociale qu'elles mettent en place pour les cacaoculteurs : « *While Fairtrade companies have publicized their ethical stance and their activities to help farmers widely, larger companies have been less active in this respect. As a result, many consumers simply do not know that conventional chocolate firms also invest in producer communities, and thus assume that they are not investing in them or even that they are exploiting them* » (Berlan 2012, 52). Pour les consommateurs, ne pas exposer les normes éthiques mises en place le long de la filière revient à un aveu de culpabilité.

Mettre à la disposition des clients l'information sur la traçabilité du cacao est donc une façon de « nettoyer moralement » la chaîne, dans les mots de Berlan. L'expression « commerce direct » signale également le contraire de l'exploitation, puisqu'elle évoque un imaginaire de petites fermes familiales, de rapports égalitaires et de gardiens autosuffisants de la terre, imaginaire présent dans les pays consommateurs de chocolat, comme dans les pays producteurs de cacao (Luetchford 2012, 75). Les chocolatiers *bean-to-bar* mettent de l'avant les relations qu'ils maintiennent avec leurs fournisseurs, puisque les critères sur la base desquels ils choisissent ces

derniers, comme l'expertise ou les variétés de fèves, sont explicatifs de leurs valeurs et de leur mission. Au contraire, si le premier critère des chocolatiers dans la sélection des fournisseurs était le prix des fèves, la seule chose qui serait mise de l'avant serait leur mission de faire du profit. Partager les informations sur leur relation avec les cacaoculteurs permet aux chocolatiers de montrer aux consommateurs que leurs objectifs sont tout autres, qu'ils retournent plutôt de préoccupations morales pour la saveur, la biodiversité et les droits des cacaoculteurs de vendre un produit de haute qualité à bon prix.

Les chocolatiers, plutôt que de faire reposer la confiance des clients envers cette moralité sur un logo, passent par un autre canal, soit celui de leur propre contact avec les clients et avec les cacaoculteurs. Alors qu'ils ont critiqué les grandes firmes chocolatières, c'est au tour des organisations de certifications équitables et biologiques de se faire pointer du doigt par les chocolatiers *bean-to-bar*, qui préfèrent ne pas afficher leurs logos sur leurs tablettes. C'est du moins ce que l'analyse d'emballages effectuée pour cette étude révèle³³. Plus de la moitié des emballages analysés³⁴, dont ceux de Qantu, indiquent dans la liste des ingrédients lesquels sont biologiques, mais ne présentent pas de logos de certification biologique. Cette absence peut être expliquée par le fait que les chocolateries doivent elles-mêmes être certifiées comme utilisant des procédés de transformation et des ingrédients exempts de produits nocifs pour l'environnement. Pour certaines compagnies, cette absence peut toutefois représenter un positionnement. Par exemple, les deux chocolatiers français qui ont fondé la compagnie Marou, au Viêt Nam, font mention dans leur *Cacao Report 2017* des raisons pour lesquelles ils n'exigent pas des cacaoculteurs auprès desquels ils s'approvisionnent d'être certifiés biologiquement : « [...] we understand that each of our farmers is working on a small scale and in a unique context. We don't require international certifications because we'd rather see that money go directly to the farmers. We have also partnered to develop a cacao agroforestry project, demonstrating an alternative to deforestation » (Marou, 2017). Il est sous-entendu dans la filière *bean-to-bar* que

³³ Sur les onze marques de chocolat analysées, seule l'entreprise Hummingbird Chocolate de l'Ontario possède le logo de la certification « Ethical Trade ». L'emballage de la compagnie est d'ailleurs le plus chargé de ceux analysés, avec une tonne d'information sur le chocolat et le cacao, autant à l'extérieur qu'à l'intérieur de l'emballage (voir l'Annexe I pour la liste des emballages analysés).

³⁴ Six compagnies sur onze.

pour avoir un bon cacao, il faut payer un bon prix, puisque les chocolatiers ne choisissent que le meilleur pour leur tablette. Ils font donc affaire avec les meilleurs cacaoculteurs, comme s'en vente par exemple Hummingbird Chocolate sur l'emballage de leur tablette Hispaniola 70 % de République dominicaine : « *Quality obsessed & committed to sustainable farming, they produce some of the best beans in the world, earning more than fair trade income.* »

La journaliste Megan Giller décrit bien le positionnement des chocolatiers *bean-to-bar* à travers l'Amérique du Nord en respect aux certifications :

In reality, fair trade has become a series of boxes that companies can check off, an expensive piece of paper in a long supply chain that often doesn't guarantee that the farmers make any more money, never mind a fair wage[...]. Beyond that, fair trade only addresses economics, not quality. Under fair-trade principles, poor-quality beans garner the same price as high-quality beans, which doesn't exactly encourage anyone to deliver a good product (Giller 2017, 158).

Ce positionnement est reflété sur les tablettes de Qantu, qui ne comportent pas de logos d'organisations certifiant le caractère équitable du produit. Le seul logo apparaissant sur les emballages est celui des prix d'excellence remportés par les tablettes. Pourtant, les ingrédients des tablettes Qantu sont tous équitables. Comme mentionné par Giller, ces certifications peuvent être longues et coûteuses à obtenir. Pourquoi les chocolatiers n'en profitent-ils pas pour les mettre de l'avant ? En fait, les relations commerciales qu'entretiennent les chocolatiers avec les producteurs vont bien au-delà des standards équitables. De plus, les certifications peuvent être associées à un compromis en ce qui a trait à la saveur. L'idée d'un chocolat artisanal confectionné de la fève est la tablette est déjà complexe à faire comprendre aux clients par des mots seulement, c'est-à-dire sans qu'ils aient l'occasion d'expérimenter le chocolat de manière sensorielle. Il n'est donc pas désirable de brouiller le message de vente. Tout l'accent est mis sur les marqueurs de qualité de la tablette, sous-entendant l'utilisation des meilleurs ingrédients, qui sont, le plus souvent qu'autrement, équitables. Aussi, comme l'explique Elfi, elle ne souhaite pas que ses emballages soient trop chargés. Chaque détail est pensé pour que l'emballage soit à la fois suffisamment informatif pour les clients et les détaillants, tout en restant une petite œuvre d'art en soi, ou, comme expliqué plus haut, à la frontière entre art et science.

En résumé, les chocolatiers *bean-to-bar* tendent à orienter leurs relations commerciales avec les cacaoculteurs autour des valeurs d'expertise et de transparence. Ils payent le cacao en fonction de sa qualité pour encourager les cacaoculteurs à produire des variétés spécifiques et à adapter les traitements post-récoltes en conséquence. Dans le cas des chocolatiers de Qantu, ces derniers cherchent également à développer des relations personnalisées avec leurs différents fournisseurs de manière à entretenir des rapports de transparence le long de la filière. L'avantage du marché du cacao fin est qu'il est en pleine explosion et qu'il est possible de le construire sur de nouvelles bases plus diverses et adaptées localement que le marché du cacao conventionnel. Les solutions pour mieux mettre en valeur le cacao et ses producteurs sont nombreuses, comme réduire le nombre d'acteurs de la filière ou, au contraire, choisir des intermédiaires plus adaptés, comme Original Beans, qui offrent du support aux cacaoculteurs pour développer leurs propres origines de cacao et qui groupent les petites commandes des chocolatiers *bean-to-bar*. Pour les chocolatiers de Qantu, cette idée de réforme et de pratique d'une nouvelle économie morale du goût passe entre autres par la rencontre avec des producteurs, par des discussions sur leur travail et les variétés qu'ils offrent. C'est plus qu'un cacao qu'ils recherchent, ce sont des partenaires d'affaires qui sont fiers de leur cacao et qui, à l'image des chocolatiers *bean-to-bar* avec leurs tablettes, priorisent les saveurs sur les rendements.

2.4 Conclusion

Jusqu'à présent, j'ai montré que les chocolatiers *bean-to-bar* se positionnaient contre la filière conventionnelle et ses standards d'homogénéisation du cacao et de standardisation du chocolat. Ce faisant, ils développent une filière distincte, qui se démarque non pas par des différences technologiques absolues dans le processus de transformation, mais plutôt par un positionnement qui donne naissance à une économie morale alternative dont les valeurs gravitent autour d'une éthique gustative. Les chocolatiers posent les valeurs de l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar* selon leurs propres interactions avec la matière première et sa diversité : l'adaptabilité et l'authenticité en lien avec la transformation du cacao, et la rareté et la conservation par rapport aux variétés cacaoyères. L'accent qu'ils mettent sur la matière première les amène également à entrer plus étroitement en relation avec ceux qui la produisent, c'est-à-dire les cacaoculteurs. Les rapports qu'ils entretiennent avec ces derniers se font sur la base de

valeurs d'expertise et de transparence. En orientant leurs pratiques autour de ces valeurs, ils développent une économie morale centrée autour de la saveur, où cette dernière devient le gage du respect des obligations morales des chocolatiers envers les acteurs humains et non humains de la filière. Tout est mis en œuvre pour confectionner le meilleur chocolat possible, chaque choix est informé. Les ingrédients sont choisis en fonction de la variété, de l'origine, d'une agriculture biologique, en passant par les procédés post-récolte. Les relations avec les producteurs sont établies par rapport aux savoirs de ces derniers, mais aussi de manière à mettre en valeur leurs talents, autant par le chocolat produit que par le prix payé pour le cacao, de manière à inciter une amélioration de la production ainsi qu'une constance dans la qualité. Finalement, les techniques de transformation sont adaptées à chaque lot de fèves, puis précisément mises en œuvre pour faire ressortir des caractéristiques uniques à chacun. Le chocolat devient un réel médium au sens de Graeber. Il incarne le pouvoir d'action des chocolatiers sur la matière première, mais aussi sur les relations au sein de la filière. Rien n'est laissé au hasard, puisque chaque faux pas technique comme relationnel entraînera une qualité moindre du produit final. Lorsque Elfi s'exclame : « c'est plus qu'équitable », c'est aussi tout cela qui est compris dans sa phrase, l'idée que le chocolat est porteur de toute la filière et que ses saveurs témoignent que les choses sont bien faites. Le goût du chocolat est un gage que les relations qui ont été atrophiées dans l'industrie du conventionnel, par rapport au cacao et à ses producteurs, sont ici infusées de sens, puisqu'elles ont un objectif commun. Cette vocation est d'ailleurs bien résumée dans le slogan du détaillant *bean-to-bar* État de choc à Montréal : « Ensemble, élevons la barre » (État de choc 2021). La question est maintenant de savoir si les producteurs de cacao partagent cette économie morale et, si non, comment une filière qui repose sur des obligations morales orientées autour de la saveur du cacao réussit tout de même à fonctionner et comment les producteurs réussissent à y articuler leur propre économie morale.

Chapitre 3 Les cacaoculteurs et l'économie morale de la production de cacao fin piuranais

Jusqu'à présent, j'ai montré que l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar* gravite autour de valeurs qui orientent les relations entre les chocolatiers et les acteurs de la filière envers des pratiques comme l'adoption d'une posture artisanale, le respect de la biodiversité cacaoyère et la mise en place de pratiques favorisant l'équité des acteurs de la filière. La tête remplie des discours des chocolatiers sur le commerce direct, le savoir-faire des cacaoculteurs et des variétés anciennes qu'ils cultivent, je m'envole vers le département de Piura, dans le nord du Pérou (voir figure 5), pour investiguer l'économie morale de la production de cacao fin telle que pratiquée par des agriculteurs qui approvisionnent une des coopératives desquelles achète Qantu. Il s'avère que cette association de cacaoculteurs produit une variété de cacao aux fèves blanches qui a fait la renommée mondiale de la région de Piura. Le fait que la compagnie achète directement ses fèves de la coopérative de production m'amène à penser que l'économie morale de la production du cacao fin et les cadres moraux des producteurs de cacao risquent de présenter des valeurs communes avec les cadres moraux des chocolatiers *bean-to-bar* et avec l'économie morale dont ils sont les instigateurs. Je ne pouvais difficilement plus me tromper.

Rapidement, je me retrouve confrontée à plusieurs contradictions internes, non seulement à la filière, mais aussi à l'association de producteurs de cacao. Les cacaoculteurs que je rencontre ne cultivent pas seulement du cacao, mais aussi d'autres cultures de rente, sans parler d'autres espèces pour leur consommation. Souvent, ils pratiquent simultanément des activités économiques alternatives à l'agriculture. Ils produisent du cacao fin depuis moins d'une dizaine d'années et font partie de la coopérative agraire Norandino à travers leur propre organisation de base³⁵, l'Association des Petits Producteurs Agropécaires de Chililique (APPAGROP Chililique). La

³⁵ "De base" est entendu ici au sens de *grassroots*, soit comme le premier niveau d'organisation de la production du cacao, qui a pris forme grâce au projet de commercialisation du cacao que proposait la coopérative Norandino, mais qui s'est formée à partir du leadership d'agriculteurs des communautés paysannes impliqués, qui ont convaincu d'autres producteurs agricoles de former une association avec eux pour s'associer avec Norandino.

coopérative compte plus de 7000 membres qui produisent du café, de la canne à sucre et du cacao, répartis dans tout le nord péruvien.

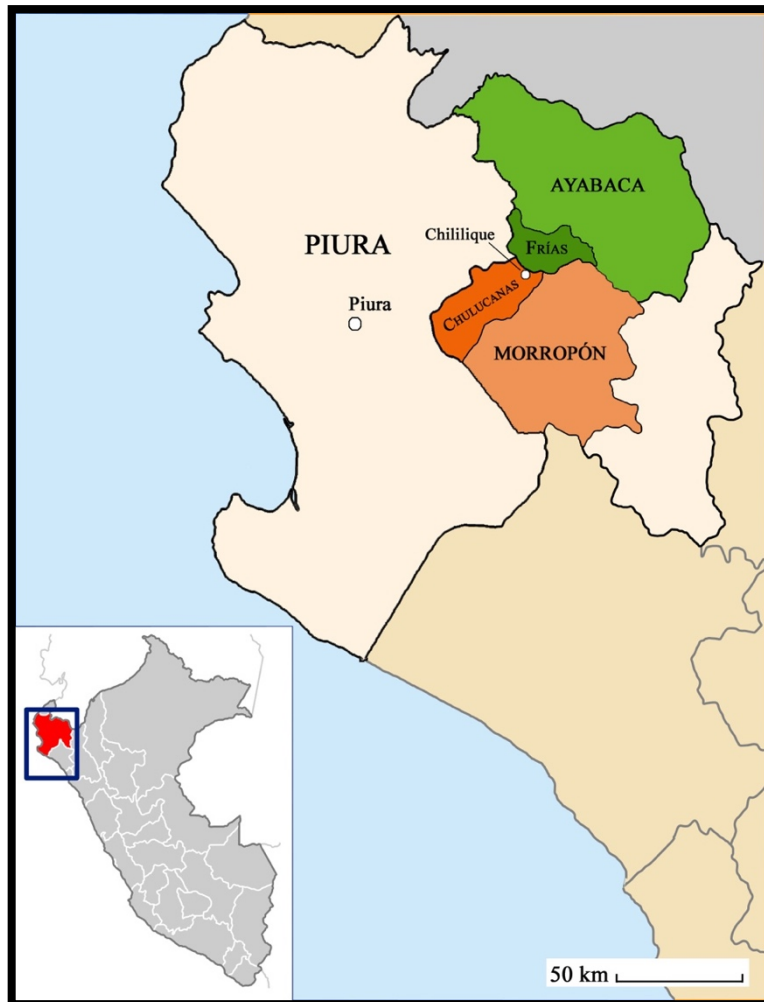


Figure 5. – Carte du département de Piura, des provinces (Morropón - Ayabaca) et des districts (Chulucanas - Frías) mentionnés dans le texte (cette carte est un dérivé de « [Location of Morropón in the Piura Region](#) » par AgainErick, utilisé sous licence [CC BY-SA 3.0](#) par l'autrice).

Norandino, en tant que coopérative de second niveau, intègre des membres déjà organisés localement. Pour les cacaoculteurs, cela signifie qu'ils exercent un droit de vote démocratique à deux niveaux, celui de leur association civile de base, l'APPAGROP Chililique, et celui de leur

coopérative de services, Norandino³⁶. Alors que le comité directif de l'APPAGROP s'assure localement de la bonne coordination de la production, la gestion de la coopérative Norandino fournit de l'assistance technique à ses membres et se charge de toutes les questions relatives à la vente du cacao, comme les relations avec les acheteurs, les certifications biologiques et équitables, ainsi que le transport national et l'exportation. Déjà, l'étendue des opérations de la coopérative et sa taille complexifient la question du commerce direct et des relations entre chocolatiers et cacaoculteurs. Qu'en est-il de la biodiversité cacaoyère et du traitement artisanal des fèves ?

En fait, le cacao était cultivé à Chililique avant que la coopérative n'approche les producteurs, mais pas pour ses qualités organoleptiques, contrairement à d'autres espèces, sinon pour ses propriétés médicinales. Il fait d'ailleurs toujours partie de la pharmacopée populaire locale et est préparé en chocolat à boire pour être offert aux femmes enceintes ou qui allaitent, puisqu'il est dit que la consistance grasse du cacao augmente la production de lait maternel. D'ailleurs, la plupart des cacaoculteurs auxquels je demande pourquoi leur cacao est aussi valorisé sur les marchés mondiaux semblent souvent perplexes ou répondent tout sauf des arguments relatifs à la variété, contrairement aux chocolatiers. L'élément de réponse qui revient le plus fréquemment est la qualité de l'eau ou des sols :

« Le cacao est bon grâce aux matériels biologiques, les engrais, le soin à la plante, le sol rocailleux, l'eau, l'air sain, le climat. Il n'y a pas de pollution. Notre eau naît des montagnes³⁷ » (Entrevue, Alvaro : H, 46).

« Ici, nous avons de l'eau en quantité et c'est une eau douce. C'est ce qui donne cette qualité au cacao³⁸ » (Entrevue, Alejandro : H, 53).

« Le soin apporté à la plante est toujours ce qui donne la qualité au cacao. Nous l'arrosons, nous nous en occupons, nous enrichissons son sol. [...] Nous lui donnons

³⁶ Le lien entre les deux organisations sera expliqué plus en détails dans la section 3.3.2, à travers un historique de la coopérative Norandino.

³⁷ «*El cacao es bueno por el material orgánico, los abonos, el cuidado de la planta, el suelo recoso, el agua, el aire saludable, el clima. No hay contaminación. Nace de los cerros nuestra aguadita*» (Entrevue, Alvaro : H, 46).

³⁸ «*Acá tenemos agua en cantidades y es aguadita dulce. Es lo que le da calidad al cacao*» (Entrevue, Alejandro : H, 53).

seulement ce qui est biologique, rien de chimique, puisque le chimique n'est pas la saveur originale³⁹ » (Entrevue, Rosa : F, 37).

Les trois agriculteurs cités ici sont parmi les plus actifs de l'association. Malgré leurs échanges fréquents avec les ingénieurs agronomes de Norandino durant les huit dernières années, les trois cacaoculteurs partagent des visions assez similaires des critères qui favorisent la qualité du cacao produit dans la région. Presque ironiquement, la façon dont le cacao est valorisé dans l'économie morale des cacaoculteurs se rapproche du goût du terroir tel que conceptualisé par Amy B. Trubek, citée plus haut, soit un goût qui associe un lieu à ses pratiques agricoles et culinaires dans l'optique de préserver un mode de vie rural particulier (Trubek 2008 : 10-11). Cette vision diverge de celle, plus naturalisée, mise de l'avant par les chocolatiers et surtout axée sur les variétés et la biodiversité. La présence de cette filière à Chililique n'est donc pas sans présenter de nombreuses contradictions, d'autant plus que le cacao ne fait pas partie intégrante de la diète quotidienne régionale et ne possède pas la même importance socioculturelle que d'autres espèces, malgré le fait que cette variété soit endémique et exclusive à la région. Les critères sur lesquels se base la coopérative pour mettre en marché le cacao, comme les profils de saveurs ou le pourcentage de fèves blanches ne faisaient pas vraiment sens pour les agriculteurs avant leurs échanges avec la coopérative et sont des distinctions qui ne prennent encore que peu de sens pour bien des membres de l'APPAGROP : « Nous, nous pensons que du cacao est du cacao, mais ceux qui viennent de l'extérieur [les ingénieurs de Norandino] disent que c'est celui-ci à cause de son poids⁴⁰ » (Entrevue, Carmen : F, 60).

Dans ce cas, qu'est-ce qui explique que les producteurs s'organisent pour homogénéiser leur production de manière à fournir un des cacaos les plus prisés mondialement par les chocolatiers *bean-to-bar* ? Ce sont bel et bien leurs efforts de coordination qui rendent possible la renommée du cacao Blanco piuranais, puisque, comme je l'ai exposé dans le premier chapitre, ces étapes d'homogénéisation ne peuvent être effectuées en aval de la chaîne d'approvisionnement si les producteurs veulent le vendre sur les marchés de niche. C'est donc que la relation entre les

³⁹ «El cuidado siempre es lo que da la calidad al cacao. Lo regamos, lo cuidamos, enriquecemos su suelo. [...] Nosotros lo damos solo lo que es orgánico, nada de químico, porque el químico no es el sabor original» (Entrevue, Rosa : F, 37).

⁴⁰ «Nosotros pensamos que cacao es cacao, pero la gente que viene de fuera [los ingenieros de Norandino] dice que a causa del peso, es este» (Entrevue, Carmen : F, 60).

cacaoculteurs et les chocolatiers, soit entre les groupes d'acteurs aux deux extrémités de la filière, consiste en un malentendu productif au sens où l'entend Marshall Sahlins (2016) : une situation commune, ici la production et la circulation du cacao, est interprétée différemment selon les économies morales qui s'articulent au sein de cette filière et fonctionne grâce à ce malentendu (Sahlins cité dans Mörike 2016, 146). L'économie morale des chocolatiers et les valeurs à travers lesquelles ils valorisent le cacao ne sont donc visiblement pas partagées par les cacaoculteurs, pas plus qu'elles ne sont impulsées des chocolatiers vers les producteurs. Les agriculteurs entretiennent donc leur propre projet, qui correspond à une économie morale qui leur est propre et qu'ils concrétisent par cette alliance commerciale avec les chocolatiers *bean-to-bar*. Si les producteurs ne partagent pas l'économie morale que créent les chocolatiers, à quelle économie morale participent-ils et quels sont les nœuds par lesquels cette dernière s'articule à celle de la confection de chocolat *bean-to-bar*? C'est à ces questions auxquelles je répondrai dans ce chapitre, en posant les bases de l'économie morale de la petite production commerciale des cacaoculteurs de Chililique.

Dans ce chapitre, je montrerai comment l'agriculture commerciale de Chililique est à la fois familiale et communautaire, tout en étant collective par son articulation à l'économie de marché capitaliste. Cette perspective permettra de caractériser cette agriculture qui a su s'adapter aux changements qui ont eu lieu dans les campagnes péruviennes, caractérisés par l'augmentation des niveaux d'éducation, les tendances à la double résidence, à la pluriactivité et à l'interconnexion avec les milieux urbains et le monde globalisé (Diez 2014, 45). Cette démonstration servira à mettre en évidence la façon dont les petits agriculteurs se sont saisis des opportunités liées à la filière *bean-to-bar* tout en actualisant les principes de l'économie morale de la petite agriculture commerciale. Je veux ainsi montrer comment le moteur de la préservation du cacao Blanco et de son passage d'une économie domestique à une économie de marché est lié au désir des *comuneros* de demeurer des petits agriculteurs commerciaux autonomes dans le contexte économique actuel.

3.1 L'Association des Petits Producteurs Agropécuaire de Chililique (APPAGROP Chililique) et le cacao Blanco de Piura

J'ai été amenée à faire mon terrain à Chililique grâce à Elfi de Qantu, qui m'a proposé de me mettre en contact avec Norandino, qu'elle considère comme un exemple de succès dans le monde du cacao fin péruvien, et qui, contrairement à d'autres associations, présente l'avantage d'avoir des récoltes qui s'étendent jusqu'à la date prévue de ma collecte de terrain, en juillet. C'est ainsi qu'après m'être envolée pour le Salon du cacao et du chocolat de Lima, où je rencontre brièvement le président des cacaoculteurs membres de la coopérative Norandino. Il se montre ouvert et nous nous fixons rendez-vous la semaine suivante au siège social de la coopérative, dans la ville de Piura. Ce dernier me propose de réaliser mes entrevues dans trois associations de base faisant partie de la même zone de production. Je lui réponds que je commencerai par la première association, qui compte 52 membres et qui est située dans le village de Chililique. Je finirai par y effectuer toute ma collecte de données et j'y retournerai même six mois plus tard pour y effectuer un deuxième séjour. Les producteurs de Chililique ne produisent pas le cacao transformé par Qantu, mais ils cultivent également du cacao Blanco et leur association présente l'avantage de recevoir beaucoup de visiteurs. Leur cacao est ou a été utilisé par d'autres chocolatiers *bean-to-bar* à travers le monde, notamment les compagnies Chocolate Tree (Royaume-Uni), Pangea Chocolate (Espagne) et Solkiki (Royaume-Uni).

Lors de la première collecte de données de cette étude, en 2017, l'APPAGROP Chililique compte 52 producteurs, dont 23 femmes. La majorité d'entre eux réside dans les villages de Chililique Alto et de Platanal Alto, mais dont plus d'une dizaine viennent d'autres communautés à moins d'une heure de route. La communauté paysanne Juan Velasco Alvarado de Chililique Alto, qui inclut plusieurs villages annexes dont le plus grand est Chililique Bajo, compte 360 membres (*comuneros*), mais près du double d'habitants (INEI 2018). Chililique Alto est situé directement sur la route qui mène de Chulucanas, dans la province de Morropón, à Frías dans la province d'Ayabaca, les deux centres urbains les plus près de la communauté. Cette dernière se situe d'ailleurs juste à la frontière entre les deux provinces, l'une côtière, l'autre andine (voir figure 6). La sierra de Piura fait partie de la région la plus basse des Andes du Pérou et, au contraire de la

région sud de la chaîne de montagnes, l'humidité y augmente avec l'altitude, découpant les paysages désertiques de la côte des boisés secs des montagnes (Grupo Técnico de Diversidad Biológica, Comisión Ambiental Regional (CAR Piura) ; Naturaleza y Cultura Internacional 2012). Comme la communauté se situe sur une route passante, elle profite d'une certaine vitalité économique. Elle compte six magasins, quatre restaurants, trois églises de différentes confessions, un local de réunion communal, une école pour chaque cycle (préscolaire, primaire et secondaire), qui accueille également les élèves des villages voisins et, depuis 2015, un centre de collecte de cacao et un parc central rénové.

L'APPAGROP Chililique est membre de la coopérative de second niveau Norandino, qui compte plus de 7000 membres, répartis en plus de 90 organisations de base qui produisent du café, de la panela et du cacao. En 2018, 2100 producteurs associés à la coopérative sont cacaoculteurs et 600 d'entre eux se retrouvent dans le département de Piura, produisant 15 % des 2000 tonnes de cacao exportées par la coopérative annuellement (Aguirre G. 2019 ; Léon Carrasco 2018). Dans le cas présent, chaque membre de l'association dispose de droits d'usufruit sur une ou des parcelles de terre communales et est responsable de sa production et des bénéfices qu'il en tire. En fait, seuls les agriculteurs ayant des droits de propriété foncière (dans une communauté ou ailleurs) peuvent s'associer en tant que cacaoculteurs. En devenant membres de l'association, les producteurs doivent par ailleurs respecter certaines règles relatives à la mise en pratique de leurs certifications équitables et biologiques, ainsi qu'aux standards de qualité mis en place par Norandino. Lorsqu'un membre veut intégrer l'association, il doit en faire part en assemblée de l'APPAGROP, puis s'inscrire au siège social de Norandino, qui gèrera entre autres son passage de l'agriculture conventionnelle à l'agriculture biologique.



Figure 6. – Localisation de Chililique Alto et des lieux mentionnés dans le texte (cette carte est un dérivé de « [Mapa físico de localización Piura](#) » par Waterloo1883, utilisée sous licence [CC BY-SA 4.0](#) par l’auteur).

Les membres peuvent occuper une fonction dans le conseil d’administration de leur APPAGROP, mais aussi voter à l’assemblée annuelle de la coopérative Norandino, ainsi qu’aux assemblées bisannuelles tenues avec leur zone de production de la coopérative. L’APPAGROP de Chililique fait partie de la zone Chulucanas avec quatre autres organisations : Palo Blanco, Malingas, Platanal Bajo et Charanal (pour un organigramme modélisé de la coopérative, voir la figure 7 et pour l’organigramme détaillé de la coopérative, dont la complexité illustre à quel point Norandino est une grande entreprise et un acteur important dans la région, voir l’annexe IV). La zone compte en tout 190 producteurs (Entrevue, Rosa : F, 37). Les cinq associations produisent toutes du cacao avec un certain pourcentage de fèves de cacao blanches allant de 12 à 35 %. Norandino mélange le cacao des cinq associations et le commercialise sous la marque « Chulucanas », mais les clients peuvent demander le cacao d’une seule des associations en particulier (Notes de terrain, 7 août

2017). Les réunions des agriculteurs d'une même zone productrice leur permettent d'aligner les objectifs de chacune de leur association (Entrevue, Rosa : F, 37).

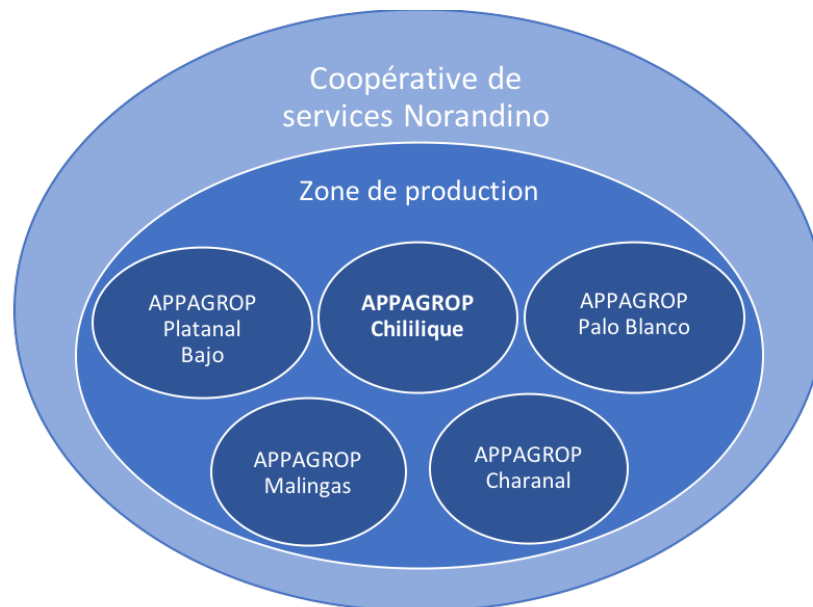


Figure 7. – Organigramme modélisé de la coopérative Norandino

Ce sont ces fameuses fèves de cacao blanches et les possibilités commerciales qui leur sont associées qui ont amené des agriculteurs de Chililique à choisir la culture du cacao. Le cacao nommé Blanco de Piura est reconnu pour présenter des fèves aux cotylédons blancs ou rosacés, ce que très peu de variétés possèdent, à l'exception de quelques variétés du Venezuela (Porcelana, Chuao Gusare et Merideño) (Quiñones et al. 2018, 115). La grande majorité des variétés de cacao possèdent des cotylédons pourpres, en raison de la présence d'un flavonoïde, un pigment végétal nommé anthocyane, dont les cacaoyers Blanco de Piura sont dépourvus dans certaines parties de leur anatomie, notamment dans leurs fèves. C'est cette caractéristique rare qui ont rendu ces fèves célèbres et prisées par les chocolatiers *bean-to-bar* entre 2008, année où elles sont « découvertes » sur la scène internationale du chocolat, et 2012, où le cacao Blanco piuranais reçoit son titre de cacao fin par les membres des International Chocolate Awards (Quiñones et al. 2018, 108).

Une des hypothèses, partagée entre autres par les agronomes de Norandino, est que ces fèves blanches sont le résultat d'une adaptation au climat sec piuranais⁴¹ (Quiñones et al. 2018). En effet, Piura, avec ses sécheresses périodiques, n'est pas considérée comme une zone particulièrement propice pour la culture du cacao au Pérou ; le climat beaucoup plus humide d'autres régions de la selva est plus favorable. À titre comparatif, 2 % de la production nationale totale des fèves de cacao est produite à Piura (Lares A. et Castillo T. 2019, 3), alors que deux départements seulement, San Martín et Junín produisent à eux seuls plus de 60 % des fèves cultivées au pays (MINAGRI 2016, 49). Toutefois, grâce à l'engouement causé par le cacao Blanco, les cacaoculteurs de Piura associés avec Norandino suivent la tendance nationale en matière d'augmentation de la superficie cultivée (MINAGRI 2016, 48), ayant augmenté leurs aires de culture de 300 à 1200 hectares en huit ans (Quiñones et al. 2018, 107).

Avec la formation de leur association et sa rapide croissance au cours des dernières années, les agriculteurs de Chililique participent à cette augmentation. Leurs parcelles se situent le long de la rivière Yapatera, dont le bassin abrite le cacao Blanco. Cependant, comme dans presque toutes les zones productrices de cacao Blanco, à Chililique, on ne retrouve pas de cacaoyer qui ne produise que des fèves blanches. La plupart du temps, à l'intérieur d'une même cabosse, on retrouve un mélange de fèves blanches et violettes. Toutefois, les deux études génétiques publiées jusqu'à présent sur le cacao Blanco (Arevalo-Gardini et al. 2019; Quiñones et al. 2018)

⁴¹ Une étude récente (Arevalo-Gardini et al. 2019) a montré que le cacao Blanco serait une variété traditionnelle ou une *landrace* endémique à la région de Piura, et qu'elle consisterait en une branche domestiquée d'une population sauvage des bassins des rivières Santiago et Morona dans le département d'Amazonas. En effet, le cacao Blanco correspond à la définition large de *landrace*, c'est-à-dire : « *a dynamic population(s) of a cultivated plant that has historical origin, distinct identity and lacks formal crop improvement, as well as often being genetically diverse, locally adapted and associated with traditional farming systems* » (Camacho Villa et al. 2006, 381). Le cacao Blanco ne se trouve qu'à Piura, est adapté au climat de la région et, avant sa culture commerciale pour les marchés de niche, il n'était pas sélectionné pour ses rendements ou pour la couleur de ses fèves. Alors qu'il était cultivé pour le marché conventionnel dans certains villages comme Palo Blanco ou la Quemazón (Morropón), à Chililique, il était surtout cultivé en tant que culture vivrière à titre de remède préventif. L'étude d'Arevalo-Gardini et al. (2019) confirme l'hypothèse selon laquelle le cacao Blanco ferait partie du groupe génétique Nacional de l'Équateur, l'un des dix groupes identifiés dans l'étude de Motamayor et al. (2008), mais l'identifie comme ayant un statut variétal distinct. Le cacao Blanco et le Nacional seraient donc les deux branches, ou les deux sous-groupes génétiques composant le groupe génétique du même nom (Nacional) et ayant été domestiquées à partir d'une population sauvage qui couvre le sud de l'Équateur et le nord du Pérou (Arevalo-Gardini et al. 2019).

ont été effectuées exclusivement sur les quelques arbres existants qui ne produisent que des fèves blanches. Dans le cas de l'étude de Quiñones et al. (2018), cette décision a été motivée par la demande internationale pour des fèves de cacao blanches, dans le but d'identifier, de caractériser et de géoréférencer des semences blanches homozygotes qui iront dans des banques de germoplasme ainsi que pour développer une production uniformisée de cultivars de cacao Blanco aux fèves blanches. La disponibilité de ces cultivars permettrait aux agriculteurs d'uniformiser leur production et de profiter de la demande pour du cacao fin afin d'obtenir un meilleur prix (Quiñones et al. 2018, 108).

Les études disponibles sur le cacao Blanco en disent toutefois peu sur les variétés avec lesquelles sont croisées le cacao Blanco, rendant difficile de savoir d'où sont issues les fèves violettes cultivées à Chililique et dans les autres villages produisant ce cacao, si elles sont issues de pollinisation croisée avec d'autres cultivars de cacao, ou si le cacao Blanco est naturellement hétérozygote (fèves blanches et violettes). Puisque les chercheurs qui ont travaillé sur le cacao Blanco (Arevalo-Gardini et al. 2019; Quiñones et al. 2018) tendent à le catégoriser comme étant homozygote, la première hypothèse semble être pour l'instant celle qui fait consensus. Cela signifierait que le cacao Blanco tel qu'il est cultivé à présent est croisé avec d'autres cultivars. Le ministère de l'Agriculture du Pérou a produit en 2010 un catalogue des cultivars de cacao produits nationalement dans lequel il est indiqué qu'en 2008, sur les 600 hectares de cacao répertoriés à Piura, 95 % sont de cacao Criollo, 1 % du cultivar CCN-51 et 4 % d'autres cultivars Forastero, Trinitario ou hybrides de ces derniers ⁴²(MINAGRI et DEVIDA 2010, 8). On peut donc en déduire que le cacao Blanco, cultivé entre autres à Chililique, est le produit d'une pollinisation croisée avec un ou d'autres cultivars non identifiés, qui peuvent potentiellement être du CCN-51.

L'observation simple des cabosses sur les parcelles de cacao des agriculteurs de l'association permet de déduire que ces derniers cultivent plusieurs variétés. En effet, les cabosses du cacao Blanco passent du vert au jaune lorsqu'elles arrivent à maturité. Or sur les parcelles, on dénote aussi du rouge, du brun, de l'orangé, et des cabosses plus grandes et oblongues que celles du

⁴² Ces données sont ordonnées selon la classification géomorphologique de *T. cacao* de Cuatrecasas (1964), telle que vue dans la section 2.2.1 du chapitre précédent, modèle qui place le cacao Blanco dans la catégorie Criollo. On peut donc déduire que le 95% de cacao Criollo mentionné dans le document est en fait du cacao Blanco de Piura.

cacao Blanco. Les avis divergent toutefois sur l'origine de ces cabosses rouges, dont j'ai entendu qu'elles étaient bel et bien du CCN-51 amené de la selva (aussi appelé localement « Caturra », nom qui fait normalement référence à un cultivar de café), tandis que le fermentateur de l'APPAGROP Chililique m'a affirmé que ces cabosses étaient les fruits d'une autre variété locale traditionnelle non améliorée (Notes de terrain, 26 août 2017 ; Entrevues, Alejandro : H, 53 ; Carmen : F, 60). Les agriculteurs distinguent d'ailleurs les cabosses de cacao Blanco notamment par la densité de ses fèves, plus importante que celle des autres variétés cultivées sur place (Entrevues, Carmen : F, 60 ; Julio, H : 53). Ce mélange des variétés, qui est loin d'être l'exception dans la culture du cacao, même d'origine, n'empêche toutefois pas les cacaoculteurs de se démarquer à l'international pour la qualité de leur cacao, qu'ils traitent selon les normes très précises de Norandino. La mise de l'avant de variétés rares par les chocolatiers doit donc être comprise dans cette hétérogénéité génétique présente sur les parcelles de leurs fournisseurs, hétérogénéité qui n'est pas mise de l'avant lors de la commercialisation du chocolat résultant. Elle indique déjà un décalage, en même temps qu'une articulation entre les deux économies morales auxquels participent les groupes d'acteurs. Les producteurs tendent à semer plus de cacao Blanco, puisqu'ils sont rémunérés au poids et que ce dernier est plus dense que les autres variétés cultivées. De leur côté, les chocolatiers encouragent ce qui, pour eux, sont des efforts de conservation biologique de variétés amenées à disparaître, même si cela signifie que les lots qu'ils achètent ne sont pas composés de variétés pures. Ils mettent de l'avant ce que les lots qu'ils achètent présentent de particulier, soit la présence d'un certain pourcentage de variétés plus rares, pour créer une demande.

Ultimement, c'est ce genre de décalage que je veux mettre en lumière en réalisant une ethnographie de l'économie morale de la production de cacao fin de Chililique. Pour rapidement mettre en contexte la manière dont le travail est divisé dans l'organisation, de janvier à août, les cacaoculteurs de Chililique récoltent le cacao aux quinze jours, l'écabossent, puis le transportent chacun jusqu'au centre de collecte, où il sera pesé par le secrétaire d'économie de l'association puis déposé dans les bacs de fermentation. Un vérificateur membre de l'association se charge de vérifier la qualité des fèves en les déposant dans les bacs en bois. Lorsque tous les producteurs ont pesé leur récolte, tous se dirigent vers le bureau du secrétaire d'économie pour recevoir leur

paie en fonction du poids qu'ils ont remis la journée même. La coopérative offre un prix annuel fixe pour le kilogramme de cacao. En 2017, il est de 3,80 soles. Norandino avance cet argent aux producteurs tout le long de la saison. Ces derniers recevront également un bonus à la fin de l'année pour les certifications biologiques et équitables. Ensuite, le cacao est fermenté au centre de collecte de cinq à dix jours, selon la température. C'est Alejandro, le secrétaire d'économie, qui se charge de la fermentation depuis 2011. Il reçoit de l'aide d'un employé de l'association, qui, chaque jour, doit faire la rotation des fèves en les déplaçant d'un bac à l'autre. Il s'assure ainsi qu'elles seront fermentées de manière plus homogène. Les responsables de la fermentation mesurent la température et le taux d'humidité des fèves tout le long du processus. Ils savent ainsi quand les retirer pour les sécher au soleil, donnée qui varie selon les saisons et le climat. Lorsqu'elles sont sèches, les responsables les mettent dans des sacs, puis la coopérative envoie des camionneurs collecter le cacao pour l'amener à Piura, où il sera encore une fois vérifié, parfois mélangé à celui des autres organisations de la zone de Chulucanas, selon les commandes des clients, avant d'être ensaché puis exporté (Entrevue, Alejandro : H, 53 ; Notes de terrain, 29 juillet 2017). C'est du moins la façon la plus simple de présenter la production de cacao pour la valoriser dans l'économie morale à laquelle participent les chocolatiers *bean-to-bar*. Les producteurs sont payés à un prix fixe pour leur cacao, ils ont des certifications biologiques et équitables pour lesquelles ils reçoivent un bonus et ils traitent le cacao de manière à en conserver les saveurs. Cependant, le trajet du cacao débute bien avant les récoltes, dans une économie morale différente de celles des chocolatiers, même si elle s'y articule.

3.2 La petite agriculture : un filet de sécurité familial

Comme je l'ai mentionné en introduction de ce chapitre, l'agriculture du cacao fin à Chililique s'insère dans un contexte particulier où les producteurs de cacao cultivent différentes espèces qui circulent dans des économies diverses, à la fois familiales et commerciales. Les agriculteurs sont aussi membres d'une communauté paysanne. Ils possèdent des droits d'usage des ressources de la communauté grâce auxquelles ils pratiquent leurs activités. Alors que les terres cultivées sont à l'usage exclusif de chaque famille, ce n'est pas le cas pour d'autres ressources comme l'eau, dont la gestion demande une gestion communautaire plus récurrente. En cultivant du cacao fin, les producteurs s'impliquent avec l'APPAGROP Chililique en tant que cacaoculteurs,

mais ils sont déjà impliqués dans d'autres groupes, comme leur unité familiale et leur communauté paysanne. Ils y entretiennent des relations par lesquelles ils développent des identités plurielles qui s'accompagnent de certaines obligations. C'est à travers cette logique identitaire qui repose sur trois échelles d'identification (familiale, communautaire et associative) que je veux explorer l'économie morale de la production du cacao fin. Pour revenir à la définition de l'économie morale de Dimitra Kofti, analyser l'économie morale de la production de cacao des agriculteurs de l'APPAGROP Chililique implique qu'il faut s'intéresser aux cadres moraux individuels des cacaoculteurs, mais aussi collectifs. Les producteurs sont à la fois agriculteurs familiaux, membres de leur communauté paysanne (*comuneros*) et associés de leur APPAGROP et de la coopérative (*socios*). L'économie morale de la production du cacao fin émerge de la négociation entre les cadres moraux de tous ces collectifs et des acteurs qui les composent, de leurs motivations, de leurs limitations, ainsi que de leurs rapports de pouvoir, obligations morales et conflits d'intérêts qui peuvent prendre place entre ces différents cadres moraux (Kofti 2016, 450). En analysant les cadres moraux privés et collectifs de ceux qui s'identifient comme « petits producteurs », je veux aborder l'économie morale de la production du cacao fin, en commençant par celui de l'unité familiale et de l'agriculture sur laquelle elle s'appuie. J'analyserai les cadres moraux de la communauté paysanne et de l'association de production de cacao respectivement dans les sections 3.3 et 3.4.

L'un des premiers cadres moraux dans lequel s'insère la culture du cacao fin à Chililique est celui de l'unité familiale. Les cacaoculteurs participent à l'économie morale de la production du cacao fin, notamment en cultivant du cacao comme une manière de remplir leurs obligations en tant que chefs de famille, soit pour assurer la subsistance familiale et la **sécurité** financière des membres du foyer. Les activités agricoles et les économies qui en émergent occupent un rôle prépondérant dans la réalisation de cette obligation morale. Peu importe leur situation financière, occupationnelle ou familiale, les producteurs utilisent l'agriculture comme une manière d'obtenir du capital, mais aussi comme un socle de revenu minimal ou une source de subsistance en cas d'imprévu. Que les activités agricoles représentent le revenu principal ou secondaire, elles demeurent un pilier pour tous les membres de la famille en cas de perte d'emploi, d'imprévu climatique ou de fluctuations des prix des denrées grâce aux économies

domestiques, formelles et informelles qu’elles alimentent. L’annexe III comprend un tableau détaillé sur les producteurs interrogés et les caractéristiques de leur unité familiale et de production. Ci-dessous, le tableau 1 présente les profils sommaires des participants.

Tableau 1. – Profils sommaires des cacaoculteurs interrogés, en ordre croissant d’âge

Pseudonyme	Âge (Années)	Genre	Communauté de résidence	Lieu de la parcelle	Superficie cultivée (hectare)
Rosa	37	Femme	Platanal A.	Platanal A.	2
María Lucía	43	Femme	Chililique A.	Chililique A.	4
Alvaro	46	Homme	Platanal A.	Platanal A.	1
Elizabeth	46	Femme	Chililique A.	Chililique A.	2
Lucinda	47	Femme	Chililique A.	Chililique A.	2
Rodrigo	48	Homme	Chililique A.	Platanal A.	2
Alejandro	53	Homme	Chililique A.	Platanal A.	2
Julio	53	Homme	Chililique A.	Chililique A.	1
Carmen	60	Femme	Chililique A.	Chililique A.	4
Ana	74	Femme	Chililique A.	Chililique A.	3
Hugo	76	Homme	Chililique A.	Platanal A.	4
Daniel	76	Homme	Chililique A.	Chililique A.	1

En devenant cacaoculteurs associés, les producteurs ajoutent une corde à leur arc qui leur permet de varier les stratégies productives qu’ils pratiquent déjà, comme la diversification des activités économiques ou des cultures de rente. Les différentes filières dans lesquelles se retrouve le cacao, avant même de franchir les limites du village de Chililique Alto, forment un exemple particulièrement révélateur de ces économies rurales et de la façon dont elles sont adaptées aux nouvelles ramifications de l’économie capitaliste dans les milieux ruraux. À sa *tienda*, qui est à la fois une épicerie, une boutique et un restaurant, Lucinda, membre de l’APPAGROP Chililique, me montre comment elle fermente et sèche le cacao qu’elle accumule pour le vendre à Chiclayo, mais aussi pour préparer le chocolat chaud qu’elle vend aux clients du restaurant, même si ces derniers consomment majoritairement du café :

Le cacao est fermenté dans des chaudières comme ceci. Je le brasse chaque jour et le troisième jour, je le mets à sécher. Ce cacao n'est pas pour l'exportation, il est pour le marché local. Le cacao pour l'exportation demande... Comment dit-on cela ? Plus de traitement !⁴³ (Entrevue, Lucinda : F, 47).

Après que le cacao ait séché au soleil, ce qui aura pris deux jours cette fois, Lucinda torréfie les fèves en plusieurs fois dans une grande poêle en fonte à feu moyen en les faisant remuer constamment, jusqu'à ce que la coque qui entoure la fève noircisse et se détache facilement. Elle enlève ensuite cette coque à la main, puis passe les fèves torréfiées dans un moulin électrique aussi utilisé pour moudre le maïs qui sert à faire des *tamales*, et qui réduira le cacao en une pâte grasse. Elle prend ensuite cette pâte qu'elle forme en galettes grandes comme la paume de la main pour les faire sécher. Ces galettes de chocolat confectionné de pur cacao sont maintenant propices à être conservées, offertes, ou préparées en chocolat chaud. Pour ce faire, une galette est ajoutée à un chaudron d'environ deux litres d'eau, et bouillie jusqu'à ce qu'elle se dissolve durant une dizaine de minutes. Le chocolat est finalement servi en y ajoutant du sucre au goût. Le cacao que prend Lucinda pour le vendre à Chiclayo ou confectionner son chocolat est celui qui est rejeté au centre de collecte de l'association, c'est-à-dire le *descarte*, les pertes que les producteurs mettent de côté lorsqu'ils évident les cabosses de cacao : les fèves trop petites qui se situent aux embouts de l'oblongue cabosse, celles endommagées par le couteau qui a servi à ouvrir le fruit, les fèves moisies, sèches, abîmées.

Les activités que pratique Lucinda seulement par rapport au cacao sont une illustration des économies qui s'entrecroisent dans la journée des agriculteurs. Déjà, on peut voir que le cacao circule dans la production formalisée de la coopérative, mais les standards de qualité de cette dernière contribuent à créer d'autres filières en générant des pertes, qui sont elles-mêmes commercialisées dans des filières informelles. Les intermédiaires du village vendent ces lots composés des fèves rejetées dans des centres urbains comme Piura ou Chiclayo, ou encore le transforment en chocolat pour le vendre ou l'offrir directement au village. Ce cacao finit alors par circuler également dans des économies domestiques et non agricoles.

⁴³ «El cacao es fermentado en baldes así. Le doy la vuelta cada día y el tercer día, lo pongo a secar. Este cacao no es para la exportación, es para el mercado local. El cacao para la exportación necesita... ¿cómo se llama? ¡Manejo!» (Entrevue, Lucinda : F, 47).

À Chililique, c'est la première fois que prend place une production formalisée comme l'est celle du cacao, avec ses standards de qualité et ses certifications biologiques et équitables. Toutefois, les dynamiques qui se forment autour et à travers cette filière ne sont pas étrangères aux changements qui s'opèrent déjà dans les milieux ruraux péruviens, voire latino-américains depuis les deux dernières décennies. Alejandro Diez (2014) pose deux concepts pour analyser ces transformations, soit la *nouvelle ruralité* et la *pluriactivité*. La nouvelle ruralité serait caractérisée par une interconnexion accrue des milieux ruraux aux milieux urbains. Cette mobilité de la population entre la ville et la campagne engendre une multiplication des activités économiques rurales, notamment les activités non agricoles. La pluriactivité, soit la multiplication des activités de subsistance, de production et d'accumulation des familles rurales, découlerait de ces possibilités amenées par les nouvelles formes de ruralité (Diez 2014, 23 -24). Selon Diez, ces concepts permettent de mettre en lumière des :

*nuevas formas de producir para integrarse al mercado, así como alternativas de aprovechamiento de recursos que multiplican las opciones de las familias rurales; todo ello en un contexto de mayor movilidad y circulación de la población, y de expansión de derechos y prácticas democráticas*⁴⁴ (Diez 2014, 24).

Les échanges que les agriculteurs ont avec les employés de la coopérative Norandino, mais aussi avec le monde globalisé, par l'entremise des chocolatiers et autres acteurs et intermédiaires du milieu *bean-to-bar*, peuvent être compris comme ces mobilités qu'évoquent Alejandro Diez, surtout lorsque l'on sait que les fondateurs de Norandino sont des ingénieurs agronomes formés dans la ville de Piura, mais ayant grandi dans la sierra piuranaise (Walsh 2004).⁴⁵ Les projets de production et de mise en marché de café, de cacao et de sucre qu'ils ont mis en place sont donc imprégnés de ces échanges entre milieux ruraux et urbains dans l'optique de fournir de nouvelles voies commerciales aux agriculteurs. Les producteurs de Chililique, en cultivant le cacao, saisissent cette opportunité d'exploiter une ressource qui se trouve déjà sur leur territoire, mais à travers une formalisation de la production qui passe par la fondation d'un appareil

⁴⁴ « [...] nouvelles manières de produire pour s'intégrer au marché, tout comme des alternatives pour tirer parti de ressources qui multiplient les options des familles rurales ; tout cela dans un contexte de mobilité et de circulation accrue de la population, et de la croissance de droits et de pratiques démocratiques [Traduction libre] »

⁴⁵ La fondation de la coopérative sera abordée dans la section 3.4.

démocratique, l'APPAGROP Chililique, qui par son affiliation à Norandino, les dotent de droits, mais aussi de devoirs.

La culture du cacao pour la coopérative s'inscrit donc dans ces mutations décrites par Alejandro Diez, surtout que les agriculteurs eux-mêmes et leurs familles sont plus que jamais mobiles, voire partagent leur temps entre ville et campagne, possèdent un niveau d'éducation plus élevé, diversifient leurs formes de revenus, participent à des marchés divers et sont interconnectées avec les villes et le monde globalisé (Diez 2014, 45). Toutefois, une fracture est observable à l'intérieur même de l'association de producteurs et des membres des communautés qui la composent. Les unités familiales dont les chefs de famille sont plus âgés prennent moins part à ces tendances à la pluriactivité et à la mobilité. Comme leur revenu est exclusivement issu de l'agriculture, ils dépendent plus des stratégies de diversification des activités agricoles.⁴⁶ Il n'en demeure pas moins que, malgré l'hétérogénéité de leur situation familiale, tous les agriculteurs qui ont participé à cette étude ont choisi de cultiver du cacao. La culture du cacao pour la coopérative vient s'articuler d'une manière ou d'une autre aux différentes stratégies mises en œuvre par les agriculteurs pour assurer leur reproduction et faire face aux incertitudes qui pèsent sur leurs revenus. Je veux maintenant examiner comment la culture du cacao fin vient s'insérer dans ces deux types de stratégie, soit la pluriactivité et la diversification des activités agricoles. Je souhaite montrer que, avant même de répondre à des préoccupations morales communautaires et collectives, la culture du cacao répond à des enjeux familiaux privés, puisqu'elle s'ajoute aux manières dont les producteurs sécurisent la subsistance familiale via l'agriculture et remplissent ainsi leur obligation morale en tant que chefs de famille.

3.2.1 L'agriculture et la pluriactivité : entre logiques paysannes et commerciales

À Chililique, les petits agriculteurs utilisent plusieurs stratégies pour, d'un côté accumuler du capital et, de l'autre, assurer la subsistance de la famille. D'après Dafne Lastra, ces deux objectifs sont caractéristiques des petits agriculteurs, qu'elle définit comme pratiquant principalement une activité agricole dont le produit est destiné à la vente, et qui privilégient donc une logique d'articulation au marché à une logique paysanne de subsistance et d'autosuffisance alimentaire.

⁴⁶ Le tableau de l'annexe III illustre la diversité des situations familiales et économiques des cacaoculteurs.

Ils se reposent toutefois sur la main-d'œuvre familiale pour réaliser leurs activités agricoles (Lastra 2014, 211-12). Les petits producteurs n'écartent toutefois pas totalement la logique paysanne. Si les stratégies qu'ils mettent en place suivent une logique d'accumulation en visant l'obtention d'un revenu, lorsqu'ils doivent surmonter une situation de vulnérabilité ou réduire les risques, c'est plutôt la logique paysanne qui prime (Lastra 2014, 236). Les dynamiques où coexistent ces deux logiques sont bien présentes à Chililique, où prédominent les *minifundios*, c'est-à-dire de petites propriétés gérées par une unité familiale, difficilement rentabilisables en raison de leur petite superficie et associées à un faible taux d'investissement dans des améliorations technologiques (Barrantes, Cuenca, et Morel 2012, 159 ; Mayer 2009, 277). À Chililique, les parcelles des agriculteurs interrogés occupent une superficie d'un à quatre hectares (voir figure 8) et, bien que les producteurs utilisent des semences améliorées (sauf pour le cacao), la production n'est pas mécanisée.

Il peut paraître incorrect de décrire l'agriculture qui prend place dans les *minifundios* comme étant commerciale, surtout en comparaison avec les grandes productions agricoles des pays du Nord global, comme au Canada où, en 2016, les exploitations agricoles ne dépassant pas quatre hectares (dix acres) comptaient pour moins de 7 % de toutes celles au pays (Statistique Canada 2017). Cependant, dans le contexte péruvien, la petite agriculture génère 70 % de la production agricole et le quart des emplois à l'échelle nationale (Trivelli, Escobal, et Revesz 2006, 13) et, en 2012, près de 80 % des 2,2 millions d'unités agricoles du pays occupent moins de 5 hectares (INEI 2014, 9 ; 18). À Piura, cette proportion s'élève à près de 90 % et les petits agriculteurs occupent 43 % des terres cultivées (INEI 2014, 342). Les 8 % d'exploitations agricoles dépassant 20 hectares appartiennent surtout à des entreprises privées (Trivelli, Escobal, et Revesz 2006, 13). Dans ce contexte, les petits agriculteurs pratiquent bel et bien une agriculture commerciale, même si elle oscille entre les logiques de l'accumulation capitaliste et les logiques paysannes. De plus, les producteurs présentent un haut degré de spécialisation agricole, puisqu'ils se concentrent principalement sur une ou deux activités productives à la fois, comme sur une culture ou une espèce d'élevage spécifique (Lastra 2014, 211).

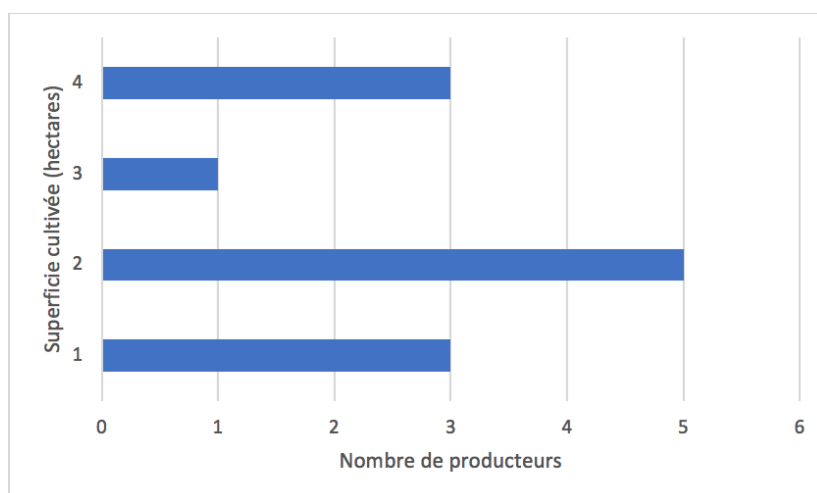


Figure 8. – Graphique illustrant le nombre de producteurs selon le nombre d’hectare(s) que chacun cultive

Les défis qu’affrontent les agriculteurs de Chililique vont de la petite superficie de leurs parcelles, aux fluctuations des prix et de la demande des cultures de rentes produites dans la région, en passant par les variations des précipitations annuelles engendrées par le phénomène El Niño, dont les fortes précipitations cycliques bénéficient à certains en remplissant leurs réservoirs, mais peuvent aussi provoquer des glissements de terrain qui détruisent les parcelles et les voies routières. Le département de Piura est un des plus touchés nationalement par ce phénomène climatique, qui y fait alterner années de sécheresse et d’inondations. Lors du dernier phénomène El Niño en mars 2017, le district de Chulucanas est celui qui a été le plus fortement frappé par la crise avec des glissements de terrain et des inondations ayant causé des décès et des évacuations (Instituto Nacional de Defensa Civil del Perú 2017). Les producteurs ont toutefois l’avantage d’avoir accès à la rivière Yapatera pour irriguer leurs parcelles, ce qu’ils font à l’aide de canaux creusés à ciel ouvert, puisque leurs cultures dépendent de cette irrigation. Ils jouissent également de la proximité de plusieurs marchés et de quelques intermédiaires, qui leur offrent une sortie de leurs produits, certes, pas toujours avantageuse, mais leur permettant la plupart du temps de ne pas avoir à jeter leur production.

Les agriculteurs interrogés effectuent leurs choix de cultures de rentes en fonction d’une profusion de facteurs qu’ils pondèrent entre autres selon la superficie cultivée, la taille de l’unité

familiale et sa composition. En fonction du prix des denrées et leur stabilité, de la demande, de l'accès à un point de vente, des coûts reliés à la production, que ce soit en termes d'engrais, d'équipement ou de main-d'œuvre, ainsi que le temps et les efforts physiques investis dans le travail, ils peuvent choisir de varier les cultures sur leurs parcelles ou de changer complètement pour une autre, comme l'a fait María Lucía. Cette dernière est une des intermédiaires du village : les agriculteurs lui vendent certains produits comme le maïs ou le cacao, qu'elle accumule pour vendre au marché de Chiclayo, où elle a des contacts et de meilleurs prix qu'à Piura. Elle possède elle-même plusieurs parcelles et m'explique comment elle a décidé de cultiver du cacao :

Je me suis mise à calculer tu vois ? J'ai commencé à faire mes comptes. Le maïs demandait de l'engrais dispendieux, de l'urée, et d'être désherbé trois fois, puis le récolter, le charger. Et si tu te mets à le vendre, tu fais tes comptes et tu n'arrives pas... Tu gagnes tout juste ce qu'il faut pour vendre les journaliers sans plus, il ne te reste rien de plus. Je voyais que le cacao était à un meilleur prix, parce que j'achetais et je vendais moi-même du cacao à Chiclayo. J'ai réalisé l'avantage qu'il présentait. Je me suis rendu compte que cette plante serait meilleure puisque, en poussant, son pourtour se couvre. Elle crée une couche sur le sol et la végétation n'y pousse plus, ce qui fait que tu n'as pas besoin de désherber, seulement de tailler. J'ai vu que c'était plus facile et que les plants me donnaient de meilleurs rendements. Alors j'en ai semé plus et je suis restée avec le cacao⁴⁷ (Entrevue, María Lucía : F, 45).

María Lucía a trois enfants en âge scolaire, une à l'école primaire et deux autres qui réalisent des études universitaires et qui demeurent en ville avec leur père. Sa mère vit avec elle. Elle accepte de répondre à mes questions à sa boutique, où nous nous asseyons pendant qu'elle écosse des pois verts en servant les clients qui entrent de temps à autre. Le cacao, qui demande des soins limités en dehors des récoltes bimensuelles, s'insère bien dans son rythme effréné de travail qui est partagé entre la parcelle, la boutique et le travail domestique. La première fois que je la rencontre, je la croise qui revient de la parcelle en milieu d'avant-midi avec un panier rempli d'herbes aromatiques et de légumes qu'elle cultive pour sa propre consommation, mais surtout

⁴⁷ «*Empezé a sacar mi cuenta ¿no? El maíz querría abono, UREA. Estar desherbado, desherbado, tres veces, y de ahí cosecharlo, cargarlo. Si te pones a venderlo sacas tu cuenta y no te sale... Sale como para pagar los peones no más, no te queda algo más. Entonces como yo veía que el cacao tenía más precio, porque yo compraba, yo misma vendía el cacao a Chiclayo. Ya me daba cuenta de la utilidad que dejaba. Entonces yo ví que la planta será mejor porque cuando se cría su misma ojera se cobre. Hace una capa en el piso y ya no cría monte, ya no necesitas deshierbar, sólo podar. Ví que era más fácil y me daba mejor. Entonces sembré, me quedé con el cacao*» (Entrevue, María Lucía : F, 45).

pour sa boutique. Elle m'offre un bouquet de coriandre et nous parlons des récoltes de cacao qui viennent de terminer. Elle m'explique qu'elle a à peine pu être à la boutique puisque le jeune homme qu'elle engage normalement pour récolter avec elle n'était pas disponible et, faute de trouver un autre journalier, elle a dû récolter deux hectares de cacao toute seule. Elle possède quatre hectares en tout, mais les deux autres comprennent des manguiers et un petit potager. Comme bien des agriculteurs de la communauté, elle est passée par des vagues successives de changement de cultures de rente. Se sont succédé entre autres sur ses parcelles, le riz, le maïs, les mangues et puis le cacao.

En effet, le cacao n'est pas le seul changement que le village a vu en termes de cultures de rentes. Les marchés dans lesquels s'insèrent les produits cultivés par les agriculteurs ne sont pas régulés et dépendent entièrement des fluctuations des cours boursiers. Carmen, qui cultive avec son mari quatre hectares de cacao et de mangues, m'explique comment ils font la rotation des cultures selon ce qui est le plus rentable sur le moment et selon l'âge des plantes et leurs rendements. Lorsque les plants sont malades ou qu'ils ne produisent plus autant avec l'âge, ils changent de culture. Elle m'énumère les espèces qu'ils ont cultivées : « *Yuca, limón, arroz, mango, cacao. Pero conservamos el mango porque la planta dura mucho* (Manioc, citron, riz, mangue, cacao. Nous avons conservé les manguiers parce qu'ils durent longtemps) » (Entrevue, Carmen : F, 60). Dans la région, les manguiers offrent de bons rendements et résistent à la période de sécheresse qui précède normalement El Niño. Toutefois, Carmen explique que le prix obtenu pour sa récolte annuelle fluctue grandement en fonction des récoltes nationales, puisque si les récoltes sont très bonnes partout, les acheteurs ne se rendront pas à Chililique et achèteront plutôt près de Chulucanas ou de Piura. Elle raconte que, en 2015, la première année où elle a récolté des mangues, alors que les récoltes nationales étaient au plus bas, le prix a subitement monté et un acheteur lui a tout pris en début de saison pour 2500 soles. Les années qui ont suivi, comme les récoltes ont été très bonnes dans tout le pays, les prix sont allés en descendant respectivement à 1500, 1100, puis à 800 soles l'année de notre entrevue, en 2018. Carmen et son mari ont vendu une partie de leur récolte en janvier, mais ont d'abord dû engager des journaliers pour récolter et jeter les mangues ayant poussé en décembre. Ce genre de situation affecte grandement le revenu des agriculteurs, qui doivent payer les journaliers sans avoir vendu une partie de la récolte.

Carmen mentionne que, bien qu'ils ne produisent pas à perte, payer trente soles la journée chacun des journaliers, jusqu'à huit personnes sur deux jours pour récolter les mangues, ne leur laisse presque rien de l'argent gagné sur la récolte (Entrevue, Carmen : F, 60).

Carmen et son mari cultivent la même superficie de terre que María Lucía. Cependant, le couple est âgé respectivement de 60 et de 75 ans et a trois enfants, dont le plus jeune, âgé de 31 ans, travaille avec eux. Aucun des trois n'a de revenu autre que celui des activités agricoles de la parcelle. Carmen élève toutefois une quarantaine de chèvres et quelques boucs qu'elle peut vendre pour la viande et qu'elle envoie paître chaque jour dans les pâturages naturels et le boisé sec qui surplombent sa parcelle. Les membres de sa famille disposent également d'un potager où ils cultivent entre autres des herbes aromatiques, du manioc, des oignons, mais aussi d'autres espèces, comme des oranges sucrées, des caramboles et de la canne à sucre, que le couple aime beaucoup offrir à leurs petits-enfants lorsqu'ils viennent les visiter durant les vacances. À l'exception de la période de récoltes des mangues, ils n'ont pas à employer l'aide de journaliers durant l'année, puisque la force de travail de leur famille est suffisante pour effectuer le travail de la parcelle.

Les agriculteurs de Chililique sont articulés à l'économie de marché au moins depuis les années 1970. Ils se fient donc beaucoup sur les prix des marchés nationaux pour choisir les cultures qu'ils cultivent. Toutefois, si l'on compare les cas des familles de María Lucía et de Carmen, on constate que, malgré que les deux soient associées avec la coopérative et qu'elles cultivent la même superficie et les mêmes cultures de rente, les stratégies qu'elles mettent en place sont bien différentes. Alors que la famille de María Lucía mise sur la diversification des activités économiques, celle de Carmen vise plutôt la réduction des coûts de production grâce à la main-d'œuvre familiale et une diversification accrue des activités agricoles avec l'élevage caprin. D'une manière semblable à ce que décrit Dafne Lastra dans son ethnographie d'une association de producteurs de café biologique et équitable à Pichanaki (département de Junín), les agriculteurs de l'APPAGROP Chililique adoptent des stratégies différentes selon les ressources et les objectifs économiques de la famille, la composition de la famille et la disponibilité de main-d'œuvre familiale, ainsi que le contexte géographique de production, qui comprend autant la production

que la commercialisation des produits de la parcelle, les conditions agroécologiques et l'accès à des services de base et à des protections sociales (Lastra 2014). L'ajout d'une culture de rente comme le cacao et l'associativité ne sont que quelques-unes des stratégies utilisées par les agriculteurs pour assurer la reproduction familiale et sa subsistance, c'est-à-dire qu'elles s'additionnent et s'articulent aux stratégies déjà en place et permettent aussi d'en développer de nouvelles.

Lastra décrit le choix des stratégies comme étant fortement relié au cycle de vie de la famille. Les trois étapes de ce cycle sont 1) la croissance initiale de la famille, 2) la consolidation familiale et 3) la décroissance familiale, économique et productive avec le vieillissement du couple (Lastra 2014, 223). Les familles dont tous les membres sont en mesure de participer aux activités productives ou d'apporter économiquement sont normalement en période de consolidation économique et disposent de plus de ressources même s'ils ont de plus grands besoins en termes de consommation. Les stratégies qu'elles mettent en place visent surtout à augmenter les revenus de la famille et à améliorer ses conditions de vie. Au moins sept familles parmi celles interrogées mettent en place des stratégies de ce genre, dont celle de María Lucía. Elles se diversifient économiquement, en allant chercher un revenu salarié ou en gérant leur propre commerce, voire en faisant les deux. Cinq d'entre elles disposent aussi d'une résidence en ville, qui les rapprochent des services de base comme des soins de santé et des universités, mais aussi des lieux où elles peuvent se procurer des biens de consommation. Malgré que ces familles soient les plus jeunes parmi toutes celles interrogées, le fait qu'elles adoptent de telles stratégies peut avoir comme effet de réduire la disponibilité de la main-d'œuvre familiale et elles se retrouvent donc à engager autant de journaliers sur une base régulière, pour les récoltes de cacao ou pour entretenir les parcelles, que les familles étant dans leur cycle de décroissance.

Selon Lastra, les familles en décroissance, comme celle de Carmen, sont plus vulnérables dans la mesure où elles disposent de moins de ressources et de moins de force de travail. À Chililique, les quatre familles en décroissance interrogées dépendent plus de la main-d'œuvre familiale que les familles se situant dans leur stade de consolidation. Elles réduisent ainsi les coûts de la production, surtout qu'aucune ne dispose d'un revenu non agricole. D'un autre côté, la parcelle

représente aussi une assurance sociale pour toute la famille, en ce qu'elle fournit de la subsistance et du capital aux enfants, même adultes. Dans trois des cas, les adultes qui résident avec leurs parents et travaillent avec eux sur la parcelle sont revenus avec leurs propres enfants après avoir vécu une séparation familiale. Dans cette optique, l'agriculture familiale, si elle ne suffit pas toujours à consolider et à améliorer les conditions de vie des familles rurales en stade de croissance, demeure le pilier économique des ménages plus âgés et agit même à titre de filet économique et social en cas de situation de crise, comme le sont la perte d'un emploi salarié⁴⁸ ou une séparation. Dans ce contexte, la culture du cacao vient s'articuler de diverses manières aux stratégies déjà en place, que ce soit en offrant la sécurité d'une entrée de revenus bimensuelle, en complément avec le revenu d'autres cultures de rente, ou encore en permettant à des familles ayant un revenu non agricole de se lancer dans la culture commerciale du cacao en cherchant à améliorer leurs rendements grâce aux conseils des ingénieurs de la coopérative. Les douze familles de cacaoculteurs se séparent en trois groupes égaux, un tiers pratiquant la diversification des activités économiques, un autre diversifiant plutôt les cultures de rente, et le dernier tiers mettant en œuvre les deux formes de diversification. La culture du cacao peut donc à la fois coïncider avec une logique paysanne de réduction des risques et avec une logique d'accumulation, voire avec une logique hybride, dépendamment de la composition familiale, de son cycle de croissance ou de décroissance, de la main-d'œuvre et des ressources dont elle dispose, de ses besoins, ainsi que du contexte climatique et des enjeux privés ou collectifs que font vivre les aléas environnementaux aux agriculteurs. J'aimerais maintenant examiner plus précisément comment le cacao vient s'insérer dans les stratégies de diversification de la parcelle elle-même. Autant les agriculteurs ayant un revenu non agricole que ceux dont l'entrée de capital repose entièrement sur les activités agricoles utilisent ces stratégies pour adapter leurs activités à tous les facteurs nommés précédemment.

⁴⁸ Un exemple de ce phénomène est la vague de migration des villes vers la campagne des vallées du Haut Piura qui a eu lieu au début de la pandémie de Covid-19 en 2020. Seulement durant la première quarantaine, entre mars et juillet 2020, au moins 2000 personnes sont revenues vivre dans le Haut Piura, la grande majorité pour s'installer dans le foyer d'un des membres de leur famille (Burneo et Trelles 2020, 23; 38).

3.2.2 Diversifier les cultures de rente : sécuriser la rentabilité de la parcelle

Si la petite agriculture apparaît à la fois comme une source de subsistance et d'accumulation de capital, la logique paysanne de réduction des risques ne s'applique que très rarement aux cultures de rente, même dans les cas où les activités agricoles représentent le seul revenu d'une famille. Sauf exception, les cacaoculteurs interrogés ont constamment choisi des cultures au prix volatils comme les mangues ou les agrumes. C'est que les agriculteurs, en plus d'être sujets aux fluctuations du marché, doivent également faire face à des facteurs naturels comme des variations de la température et des précipitations, tout en trouvant des moyens de rentabiliser des parcelles entre un et quatre hectares.

Pour faire ressortir les critères mobilisés par les agriculteurs pour choisir leurs cultures de rente, je propose une analyse selon le cadre développé par Trivelli, Escobal et Revesz (2006). Ces derniers ont produit une étude sur la petite agriculture dans les vallées du fleuve Piura et dans celles de la rivière Mantaro, dans le sud de la sierra centrale. D'après leurs résultats, ils proposent un cadre d'analyse des différentes cultures selon un axe de deux pôles : celui des cultures plus fiables, qui génèrent de faibles revenus, mais de manière stable et continue, et celui des cultures moins fiables, qui génèrent des revenus plus élevés, mais de manière plus sporadique, et qui ont tendance à produire des résultats variables entre les agriculteurs et dans le temps. Les auteurs expliquent que les résultats différenciés associés aux cultures moins fiables seraient dus au fait que ces productions requièrent des processus productifs plus complexes et qu'elles se retrouvent sur les marchés les plus variables. En l'absence d'assurances, de filet social ou de revenus indépendants de la parcelle, les producteurs analysés par les trois auteurs préfèrent limiter les risques de pertes économiques en s'en tenant à des cultures plus fiables. Cette fiabilité est définie en termes de rendements, d'adaptation au climat, de la somme investie dans la culture, des technologies requises, ainsi que la stabilité des marchés sur lesquels elle s'insère (Trivelli, Escobal, et Revesz 2006, 34).

Les agriculteurs que j'ai rencontrés dans le cadre de la présente étude cultivent ou élèvent tous certaines espèces pour leur propre consommation, que ce soit du manioc, du café, des fines herbes, du maïs dur pour nourrir les poules, divers arbres fruitiers, des vaches, des chèvres, des cochons, ou même un étang artificiel ensemencé de poisson. Dans tous les cas, à moins que les

agriculteurs possèdent également un pâturage, ces cultures n'utilisent qu'une petite superficie de l'aire cultivable, la plus grande proportion étant réservée aux cultures de rente. Comme vu précédemment, ces espèces sont choisies en fonction de leurs rendements, des investissements nécessaires, autant en termes d'équipement et d'engrais, que de charges de travail nécessitant l'embauche de journaliers, du prix sur le marché et de l'accès à ces marchés.

Toutefois, la stabilité de ces marchés n'est pas nécessairement le premier critère de sélection. Les agriculteurs interrogés vont favoriser de bons rendements à des prix et de la demande stable. Les mangues en sont un bon exemple. À moins de circonstances extraordinaires, les variétés cultivées à Chililique, comme les cultivars Edward ou Jafro (aussi appelé Kafro), offrent de hauts rendements d'année en année. La demande est toutefois fluctuante, mais les producteurs préfèrent prendre ce risque plutôt que de laisser passer une opportunité de vendre une bonne récolte à bon prix. Même si le prix baisse, ils ont au moins toujours quelque chose à vendre. La stratégie qui prédomine à travers les agriculteurs de la communauté est la préférence pour les cultures à rendements stables et élevés, et résistantes aux événements climatiques engendrés par El Niño. De faibles investissements sont aussi un avantage, mais les producteurs pourront dépenser pour des engrais et de la main-d'œuvre si le prix de vente est suffisamment bon pour couvrir ces dépenses. La façon dont ils choisissent leurs cultures se trouve donc à mi-chemin entre ces pôles de cultures fiables et moins fiables décrits par Trivelli, Escobal et Revesz (2006). Sans opter complètement pour des cultures moins fiables, les agriculteurs y vont pour un entre-deux, c'est-à-dire des espèces et des variétés fiables en termes de rendements, mais dont les prix sont volatils. Les fluctuations trop grandes des prix ou les bouleversements agroécologiques deviennent des opportunités pour effectuer un changement de culture sur la parcelle. Ce choix pourrait être en partie expliqué par la proximité de divers marchés, ceux des villes intermédiaires comme Chulucanas, mais aussi par la relative proximité de Piura et de Chiclayo où les producteurs ont accès à des marchés nationaux et internationaux. La filière du cacao fin vient également ajouter l'option de vendre une culture à bons rendements sur un marché international de niche, plus stable. De plus, la petite taille des parcelles ne permet pas nécessairement une bonne rentabilité des cultures fiables. Comme vu précédemment, les cultures fruitières, moins fiables, offrent également des conditions de production qui conviennent mieux aux producteurs

puisqu'elles demandent moins d'intrants et moins de main-d'œuvre sur une base régulière que d'autres cultures plus fiables comme celle du riz, par exemple.

Que les agriculteurs cultivent généralement des espèces qui tendent plutôt vers le pôle moins fiable des cultures ne signifie toutefois pas qu'ils n'optent jamais pour des cultures fiables. Ces cas représentent toutefois plus l'exception que la règle. Des exemples de ce type de culture dans la région sont celles du riz et du maïs (*maíz amarillo duro*) (Trivelli, Escobal, et Revesz 2006, 34). Avant que les agriculteurs ne se mettent à cultiver le cacao à Chililique, la plupart cultivaient du riz, du maïs, ou encore du manioc, d'autres avaient du bétail, mais la plupart avaient surtout du riz. Il faut dire qu'il existe un certain effet domino entre les agriculteurs de la même région. Lorsqu'un producteur a du succès avec une nouvelle culture, qu'il réussit à bien produire dans la région et qu'il trouve un marché où vendre ce produit, cette personne ouvre une nouvelle possibilité pour les agriculteurs aux alentours. Lorsque d'autres producteurs empruntent la même voie, ils favorisent une stratégie qui leur permet d'échanger des informations avec les autres agriculteurs sur les processus productifs, sur les marchés et sur les prix. L'organisation des tours d'irrigation peut aussi en être facilitée, tout comme l'achat et l'emprunt d'éventuel équipement (Trivelli, Escobal, et Revesz 2006, 43).

Dans le cas de Chililique, la culture du riz, bien que présente depuis les débuts du village dans les années 1970, à la fois en tant que culture vivrière et de rente, s'est intensifiée dans la région après des années de fluctuation des revenus agraires des producteurs. Les agriculteurs du village ont été frappés à plusieurs reprises par des catastrophes naturelles qui, si elles ne les ont pas obligés à changer de cultures, ont suffisamment endommagé les parcelles pour détruire les plants cultivés et laisser l'espace aux agriculteurs pour restructurer leur plantation. Les cultures plus fiables comme le riz ou le maïs ont donc été utilisées par les producteurs pour se remettre de chocs économiques collectifs. Hugo, un des premiers agriculteurs de Chililique à s'associer avec Norandino, me raconte l'histoire de sa parcelle :

Je suis arrivé à Chililique en 1975. J'ai acheté ma parcelle, la partie d'en haut, à Platanal [Alto] en 1980, puis en 1982, l'autre partie plus bas. En 1984 j'ai acheté la dernière partie, puisque, à cause du phénomène de 1983 [El Niño]. Toutes les parcelles étaient réduites à cause des pierres. Certaines font plusieurs tonnes. C'est impossible à bouger. J'ai perdu du riz, j'ai perdu du citron. En 1991-1992, j'ai semé les avocats. Mais

l'épidémie est venue en 1998. Alors en 1999 j'ai semé du maïs, des haricots, du manioc. Et puis après le cacao. [...] Ça fait 10 ans que je suis avec l'entreprise. [...] Les gens sont plus inclinés envers le cacao parce qu'il y a plus de sécurité. L'ingénieur de l'entreprise nous a dit que le contrat avec les acheteurs était sécurisé pour 10 ans⁴⁹ (Entrevue, Hugo : H, 80).

L'épidémie qui a décimé les avocatiers en 1998 laisse un souvenir encore très vif parmi la communauté. Le fils d'Hugo, qui travaille maintenant dans l'industrie touristique sur la côte, raconte comment tous les agriculteurs de Chililique et de Platanal Alto, qui cultivaient majoritairement des avocats, ont été touchés :

De 1991, jusqu'à environ 1998, les gens produisaient des avocats. À l'époque, les gens pouvaient couper dix, vingt plants de cacao pour semer des avocatiers, parce que le cacao se vendait 30 à 50 centimos du kilogramme. Rien ! Tandis que l'avocat se vendait au moins 50 centimos l'unité, ce qui faisait 25 à 35 soles par caisse, pour cent avocats environ. Tout le monde vendait aux acheteurs externes parce que les avocats se vendaient bien et en quantité. Les parcelles produisaient beaucoup. [...] Je me rappelle, mon père me laissait récolter la quantité que je voulais pour m'acheter ce dont j'avais besoin, tant que je faisais le travail moi-même. [...]

Sauf que les avocats se sont mis à sécher, comme à se comprimer. Les feuilles aussi. À Chililique, tout le monde a perdu ses récoltes, alors que dans la zone plus haut, tout était beau ! [...] La maladie n'a jamais été identifiée et tous les arbres furent coupés. Il y avait quelques producteurs de riz, mais la plupart des gens produisaient seulement pour la consommation familiale. Maintenant, quelques personnes ont recommencé à semer des avocats, mais pour leur propre consommation seulement. Les gens ont encore peur. Ce qui nous a sauvé, c'est que mon père avait du bétail, quarante à cinquante têtes avec toujours au moins cinq à huit vaches qui donnaient du lait. Mon père a pu vendre de son bétail pour acheter les vêtements, nous envoyer à l'école. J'ai pu faire mon cours de mécanique. On avait, du lait, du riz, du manioc pour notre consommation⁵⁰ (Communication personnelle, Jorge : H, 37).

⁴⁹ «Llegué a Chililique en 1975. Compré la chacra, la parte de arriba, en Platanal [Alto], en 1980 y en 1982, la parte baja. El resto de la chacra, lo compré en 1984 a causa del Fenómeno que llegó en 1983. Así que todas las chacras estaban chicas por la piedra. Algunas pesan toneladas. No se pueden quitar. Perdí arroz, perdí limón. En 1991-1992, sembré palta. Pero en 1998 pasó la plaga de la palta. Entonces en 1999, sembré maíz, frejoles, yuca. Y después el cacao. [...] Hace diez años que estoy con la empresa. [...] La gente está más inclina al cacao porque hay más seguridad. El ingeniero dijo que el marco está seguro para 10 años» (Entrevue, Hugo : H, 80).

⁵⁰ «De 1991 hasta 1998 más o menos la gente producía palta. En este momento la gente podía cortar diez, veinte plantas de cacao para sembrar palta porque el cacao se vendía 30, 50 soles el kilo. ¡Nada! Una sola palta se vendía al menos 50 centimos, lo que daba 25, 35 soles por jaba, es decir más o menos cien paltas. Todos vendían a los compradores de afuera porque la palta se vendía bien y en cantidades. Las chacras producían mucho. [...] Me acuerdo de que mi padre me dejaba cosechar lo que quería para que pueda comprar lo que necesitaba. Lo importante que haga el trabajo yo.

L'épidémie des avocats a laissé les agriculteurs de la région dans une situation de vulnérabilité collective. Les cultures fiables de riz ou de maïs sont normalement mises de côté en rapport avec leurs conditions de production plus exigeantes en matière de main-d'œuvre et de contraintes techniques, comme l'organisation de l'irrigation. Cependant, dans ce contexte de vulnérabilité, elles offrent l'avantage d'une demande stable et d'un revenu presque assuré, plus facilement calculable d'avance que celui imprévisible associé aux cultures fruitières. Une fois la situation critique surmontée, les agriculteurs peuvent revenir à des cultures moins fiables, mais plus rentables. Dix ans après que les premiers producteurs se soient associés avec Norandino, plus personne ne produit de riz dans la région. Ces derniers ont toutefois retenu leurs leçons de l'épidémie des avocats, et cultivent maintenant plusieurs cultures de rentes moins fiables que le riz, majoritairement des mangues et du cacao, qui leur permettent de varier les entrées d'argent à différents moments de l'année et de pallier les unes aux autres aux éventuelles fluctuations des prix.

Oui, ils sont très peu [à avoir seulement du cacao]. La majorité, nous avons des mangues. De mon côté, j'ai beaucoup de mangues. C'est une très bonne chose puisque, l'année qu'un ne te donne rien, il y a de l'autre. S'il n'y a pas beaucoup de cacao, il y a de la mangue. Au final, on compense ainsi, pour qu'il nous reste pour les dépenses de l'année. [...] La carambole ne se vend pas aussi bien [que la mangue]. Oui, mais ce qui est bien c'est que c'est une plante qui donne toujours des fruits, comme le cacao. Il y a toujours de la carambole⁵¹ (Entrevue, María Lucía : F, 45).

Il faut diversifier, vois-tu, parce que, toutes les semaines, on a l'entrée d'argent de la carambole. Aux quinze jours, c'est celle du cacao, et à l'année celle de la mangue.

[...]Pero la palta empezó a secarse, como si la fruta se comprimía. Las hojas también. En Chililique, todos perdieron sus cosechas, ¡pero en la zona más arriba todo estaba bien! [...] La plaga no fue identificaba nunca y cortamos todas las plantas. Unos cosechaban arroz, pero la mayoría producía solo par el consumo [de la familia]. Ahora, unas personas empezaron de nuevo a sembrar palta, pero para el consumo nada más. La gente tiene miedo todavía. Lo que nos salvó fue que mi padre tenía ganado, cuarenta a cincuenta cabezas, al menos siempre con cinco a ocho vacas que daban leche. Mi padre pudo vender su ganado para comprarnos ropa, mandarnos a la escuela. Pude hacer mi curso de mecánico. Teníamos leche, arroz, yuca para el consumo» (Communication personnelle, Jorge : H, 37).

⁵¹ «Sí, poquísimos son [a tener solo cacao]. Que la mayoría tenemos mango. Yo de mi parte como le explico, sí tengo harto mango. De ahí pues me he dado cuenta de unas cosas. Yo digo es muy bonito porque, ya, no tienes, el año que no hay, hay de la otra pues. La otra cosa, si no hay mucho cacao, hay algo de mango. Total que vas compensándola, para que quede para los gastos del año. [...] La carambola no sale tanto [como el mango]. Si, pero lo bueno que ya es una planta que todo el tiempo hay. Como el cacao, todo el tiempo hay carambola» (Entrevue, María Lucía : F, 45).

Qu'est-ce qu'on fait avec une seule entrée d'argent à l'année ?⁵² (Entrevue, Rosa : F, 37).

Cultiver différentes espèces constitue aussi une forme d'assurance contre les imprévus climatiques :

Oui, j'ai beaucoup de mangues parce que, parfois, il n'y a pas beaucoup de cacao. Une fois j'ai comparé le cacao et la mangue. La mangue m'a donné le double de ce qu'ils me sortent de cacao pour l'année. [...] Ce qui est bien ici, c'est que nous pouvons, au moins dans mon cas, avoir les deux et compenser. Le cacao est une plante qui doit recevoir de l'eau tous les huit jours, au maximum. Ses racines sont bien assoiffées et toutes en surface sans plus. Elles ne sont pas très profondes, c'est pour ça qu'elles ne peuvent pas conserver l'humidité très longtemps. De l'autre côté, la mangue peut conserver cette humidité.

[...] Alors c'est pour ça que, dans la parcelle, nous avons la tendance à avoir les deux mélangés. Bien, ça dépend des idées de chaque personne non ? Mais dans mon cas j'ai les deux. Un ingénieur m'a posé la question une fois : « Ce ne serait pas mieux de les séparer ? Une parcelle de pur cacao et une de pure mangue ? » Bien sûr, excellent s'il y avait plus de terres, non ? Mais de l'autre côté, nous ne le faisons pas ainsi, peut-être parce que personne ne sait ce qui peut arriver. Je suppose que si, une année, le cacao sèche et meurt, au moins il nous restera la mangue. Alors oui, avoir les deux nous aidera. S'il y a une récolte, il y a de l'espoir. Mais si le cacao meurt et que j'avais une parcelle complète de cacao, qu'est-ce qu'il me reste, de la terre ?⁵³ (Entrevue, María Lucía : F, 45).

En plus de combiner les cultures selon la fréquence des récoltes et de la demande, les producteurs varient aussi le type de sécurité que leur apportent ces espèces, comme l'assurance d'un bon rendement, une demande stable ou la résistance aux événements climatiques extrêmes. Comme la mangue, le cacao fin représente un entre-deux en matière de fiabilité, mais d'une manière

⁵² «Hay que diversificar ¿ves?, porque cada semana, hay el ingreso de la carambola. A los quince días, hay el ingreso del cacao y una vez al año, el del mango. ¿Qué hacemos con un ingreso al año?» (Entrevue, Rosa : F, 37).

⁵³ Yo tengo hartito plantal de mango porque a veces el cacao está bajo. En una vez comparé el cacao y el mango. El mango me dio el doble de lo que me saquen el año del cacao. [...] Lo bueno acá es que nosotros podemos compensar. Bueno yo en mi caso yo me pongo a pensar : la planta de cacao es una planta que tiene que tener agua cada ocho diez días a lo mucho. Bien sedienta. Sus raíces todo encima nada más, no es tan profundo su raíz por eso es que la humedad no puede conservarla tanto tiempo. Pero en cambio el mango ¡sí! El mango sí conserva más humedad. [...]Entonces por eso en la chacra siempre tenemos la tendencia tener los dos, bueno depende por las ideas de cada persona ¿no? Yo en mi mente siempre tengo de tener un poco de cada uno... porque un ingeniero me hizo la pregunta qué «¿porqué no separar mejor? Una chacra puro cacao, una chacra puro mango ¿diga?» Bueno claro bacán si hubiera más tierra, bacán sería ¿no? Pero en otro caso quizás no lo hacemos así por lo que como le digo no se sabe del tiempo. Supongo hace un año y seco el cacao se nos va a morir, pero el mango, sí, va a quedar. Entonces sí nos va ayudar en algo. Hay una cosecha hay una esperanza. Pero si se muriera el cacao, si fuera puro cacao y se muere ¿qué nos queda, tierra?» (Entrevue, María Lucía : F, 45).

différente. Bien que ses rendements varient plus que ceux de la mangue en raison de la sensibilité des cacaoyers aux variations climatiques, ils demeurent relativement élevés, sans quoi les producteurs ne l'auraient pas considéré comme culture commerciale. Avec son prix fixe, plus élevé que celui des cultures fiables, mais qui ne risque pas d'atteindre des sommets comme celui de la mangue, le cacao représente une culture de rente avantageuse pour les producteurs en ce qu'elle leur permet de varier leurs différents revenus et les facteurs de risque associés à ces derniers, tout en pouvant miser une sur certaine accumulation de capital. De plus, le cacao vendu à la coopérative présente un degré de sécurité supplémentaire par rapport aux autres cultures puisque les agriculteurs ont l'assurance qu'ils pourront vendre leur production chaque année, ce qui est une certitude qui fait plutôt figure d'exception dans la production agricole de la région.

En résumé, les agriculteurs de l'association participent à l'économie morale de la culture du cacao fin en partie puisque cette dernière leur permet de mettre en œuvre les objectifs qu'ils visent en matière d'accumulation de revenus ou de réduction des risques pour assurer la sécurité familiale, tout en pouvant s'adapter à la composition de la famille. Alors que la culture du cacao peut fournir des emplois pour les membres de la famille qui reviennent vivre au logis familial, elle peut aussi être menée par un seul agriculteur avec l'aide d'un travailleur journalier. Elle se joint aussi bien à d'autres cultures fruitières comme la mangue, qu'à des cultures vivrières comme le maïs, dont les plants peuvent être semées entre les cacaoyers. Les producteurs de l'association tendent à préconiser une logique d'accumulation pour assurer la sécurité de la famille, par exemple en pratiquant la pluriactivité ou en choisissant des cultures fruitières peu fiables. En même temps, ils oscillent vers une logique paysanne, spécialement dans les situations où ils sont les plus vulnérables, comme en cas de perte d'emploi salarié, d'imprévu climatique ou simplement dans le cycle de décroissance familial. Ils tendent alors à réduire les coûts de subsistance en se tournant vers l'élevage et l'agriculture vivrière, en se reposant sur la main-d'œuvre familiale ou en produisant des cultures plus fiables. La culture du cacao avec son prix fixe et ses rendements relativement élevés peut être rationalisée dans ces deux logiques, ou plutôt dans la logique hybride grâce à laquelle les producteurs réussissent à assurer la subsistance familiale à partir de *minifundios*. Si la culture du cacao fin ne permettait pas aux agriculteurs de remplir cette obligation sécuritaire, les cacaoyers et l'association qui en a émergé n'auraient pas eu le succès

qu'ils ont eu à Chililique et à Platanal Alto. Les producteurs ont choisi la culture du cacao en partie parce qu'elle leur permet de mettre en œuvre les différentes stratégies de diversification économique et agricole qu'ils déploient pour ériger la petite agriculture en tant que revenu premier, secondaire, ou en tant que filet social familial. La sécurité des membres de la famille est une valeur fondamentale du cadre moral des petits agriculteurs associés avec l'APPAGROP Chililique et est aussi la première valeur de l'économie morale de la production du cacao fin, puisque le cacao est d'abord cultivé pour le revenu de l'unité familiale, donc pour en assurer la sécurité.

3.3 Les frontières communautaires : souveraineté et tranquillité

Si la filière du cacao fin débute avant tout avec la petite agriculture commerciale organisée autour de l'unité familiale, cela ne signifie pas pour autant qu'elle ne soit pas également marquée par le cadre communautaire dans lequel elle s'inscrit. En plus d'être chefs de leur unité familiale, les producteurs sont membres de leur communauté paysanne (*comuneros*). Comme je l'ai montré précédemment, en participant à l'économie morale de la production du cacao fin, les cacaoculteurs cherchent à assurer la sécurité financière des membres de leur famille en diversifiant leur agriculture et leurs économies, et en permettant aux membres de la famille résidant en ville de disposer d'un filet social en campagne. Cette valeur n'est pas la seule à glisser vers l'économie morale de la production du cacao. Les agriculteurs y amènent également les valeurs du cadre communautaire selon lesquelles sont gérées les ressources foncières communautaires sur lesquelles prend place la petite agriculture. Par la culture du cacao, ils visent à affirmer la **souveraineté** et l'**indépendance** de leur communauté paysanne par rapport aux frontières externes de cette dernière, en allant chercher eux-mêmes le support qu'ils nécessitent pour la petite agriculture et en mettant en place des outils locaux de commercialisation de leur produit. Ils forment également leur association à partir de liens communautaires et familiaux préexistants, suivant la valeur de **tranquillité** (au sens d'harmonie) qui encadre les relations internes à la communauté. Ces valeurs du cadre communautaire s'ajoutent à celles de l'économie morale de la production du cacao fin puisque, pour devenir membres de l'APPAGROP Chililique, les agriculteurs doivent posséder des titres d'usage ou de propriété de terres cultivables. Dans le cas présent, tous disposent de titres d'usufruit d'au moins une parcelle des terres de la

communauté paysanne de laquelle ils sont membres. La question foncière et le cadre juridique selon lequel cette dernière est traitée au sein des communautés paysannes concernées influencent directement l'économie morale de la production du cacao fin et les relations internes et externes du collectif de cacaoculteurs qui se met en place sur les territoires de ces communautés.

Selon Alejandro Diez Hurtado (1998), les communautés paysannes sont caractérisées par une relation spécifique au territoire, ainsi que par des divisions internes, ordonnées de manière hiérarchique. Ces divisions sont marquées par une opposition entre l'individuel et le collectif, ainsi qu'entre différents collectifs au sein des communautés, qu'ils soient des annexes, des secteurs, des hameaux ou simplement des groupes de familles. Si la communauté paysanne semble être un groupe homogène depuis l'extérieur, c'est que des membres plus influents ont réussi à faire accepter certaines réalités comme des enjeux touchant l'ensemble de la communauté ou, au minimum, le collectif dominant. Diez continue en expliquant que ces membres influents montrent que les communautés ne sont pas des groupes homogènes, mais inégalitaires, et que certaines de leurs actions individuelles sont importantes pour propulser des actions collectives qui viennent définir la vie communautaire (Diez Hurtado 1998, 220 -21).

Dans la présente section, je me penche sur le cadre moral issu de la formation des communautés paysannes concernées, c'est-à-dire sur l'équilibre spécifique qui a pris place entre les sphères privées et collectives de l'agriculture pratiquée par les producteurs, ainsi que sur les relations de la communauté avec les acteurs externes, en particulier avec l'appareil étatique. Je veux montrer de quelle façon la participation des *comuneros* à l'économie morale de la production du cacao fin est liée à la logique morale communautaire qui est issue de la façon dont les communautés paysannes ont pris forme dans la région. L'association de cacaoculteurs, même si elle redessine partiellement la frontière entre le privé et le collectif en formalisant la production du cacao, est à bien des égards en continuité avec la façon dont les membres de la communauté de Chililique se sont emparés d'institutions communautaires de manière à pratiquer une autogouvernance la plus souveraine possible, c'est-à-dire pour offrir une protection foncière et civile à ses membres depuis l'intérieur des frontières de la communauté et pour favoriser les économies agricoles des unités familiales. Je me concentrerai plus tard (dans la section 3.4) sur les dynamiques

conflictuelles qui émergent justement entre les différents collectifs de la communauté par rapport à la formalisation de la production agricole engendrée par la création de l'APPAGROP Chililique. Toutefois, pour comprendre comment les actions de membres influents de la communauté pour former une association de cacaoculteurs viennent redessiner la frontière entre le privé et le collectif qui avait été négociée depuis la formation de la communauté paysanne, il faut savoir où cette frontière avait d'abord été négociée. Pour ce faire, je propose une histoire de la réforme agraire en lien avec celle de la formation de la communauté paysanne de Chililique pour montrer comment les rapports communautaires ont pris forme.

Dans cette section, j'examine la manière dont la communauté paysanne, en tant qu'unité juridique fortement impulsée, voire imposée par le régime Velasco avec sa réforme agraire de 1969, a été réinterprétée dans la sierra piuranaise de manière à favoriser l'indépendance économique des unités familiales, tout en s'érigeant en tant que référence première pour la question foncière. Cette histoire servira à contextualiser la manière dont les agriculteurs de Chililique gèrent les enjeux communs relatifs aux ressources nécessaires à l'agriculture, comme l'eau et le territoire, avec le but d'entretenir des formes de gouvernance les plus indépendantes possibles de l'appareil étatique. Par cette analyse, je souhaite montrer comment la souveraineté a été adoptée par les *comuneros* en tant que valeur du cadre moral communautaire. Une des idées que je défendrai est que les interactions des membres de la communauté avec différentes instances étatiques ont historiquement déçu les attentes qu'ils entretenaient à leur égard en termes de gestion équitable des ressources ou de maintien de l'ordre. Dès lors, les membres de la communauté partagent l'obligation morale de veiller à une gestion équitable des ressources communautaires, puisque ces dernières sont nécessaires à la production agricole, sur laquelle reposent les différentes économies familiales.

3.3.1 La réforme agraire entre la sierra et la côte piuranaise

L'histoire de la communauté paysanne de Chililique Alto et la manière dont ses ressources sont gérées jusqu'à aujourd'hui sont intimement liées au processus de réforme agraire du gouvernement militaire de Juan Velasco Alvarado. C'est ce processus que décrit Karin Apel (1996), dans une ethnographie sur la sierra piuranaise, où elle explique que, comme beaucoup de

communautés rurales péruviennes, celles de la sierra piuranaise n'ont pas seulement été marquées par la réforme agraire de 1969, sinon qu'elles en sont directement issues. Dans son ouvrage *De la hacienda a la comunidad* (1990), l'ethnologue propose un historique de ce processus de formation des communautés paysannes depuis les *haciendas*. Les *haciendas* sont d'immenses unités de production et d'organisation sociale et économique qui incluent une propriété, ses propriétaires et ses travailleurs. À Piura, durant l'ère coloniale, elles combinent souvent élevage de bovins, agriculture et transformation de produits dérivés de ces activités, comme du savon, du cuir ou de l'alcool de canne à sucre. Elles se mettent en place après la conquête espagnole dans les terres laissées libres par les politiques coloniales visant à regrouper dans des villages-réductions les populations autochtones, décimées à 95 % par les violences de la conquête. Dès 1714, la Couronne espagnole fixe les limites des propriétés agraires piuranaise, dont celles des *haciendas* (Diez Hurtado 1998, 47). Certaines de ces propriétés demeureront en place jusqu'à la réforme agraire, notamment l'*hacienda* Pariguanás, qui englobait les terres aujourd'hui occupées par les membres de la communauté de Chililique. Pour donner une idée de leur importance sociale, économique et géographique, en 1940, les *haciendas* comprennent plus de 60 % de la population du district de Frías⁵⁴ (Apel 1996, 16).

Karin Apel avance que, dans le district de Frías, les communautés paysannes sont le résultat des modèles imposés par l'État, puisque la majorité des paysans auraient préféré une redistribution individuelle des terres à l'intérieur des *haciendas* plutôt qu'un titre d'usufruit obtenu suite à la formation d'une communauté (Apel 1996, 69). À titre d'exemple, bien qu'une vague de reconnaissance de communautés (alors nommées *comunidades indígenas*) ait eu lieu entre 1930 et 1968, 60 % de celles qui se trouvent dans la sierra de Piura sont reconnues après 1969⁵⁵, soit après le décret, la même année, du projet de loi de la réforme agraire du gouvernement militaire de Juan Velasco Alvarado (Apel 1996, 3). À l'échelle nationale, cette proportion se situe à 73 % (Hall 2017, 381). Cette réforme agraire deviendra la plus radicale d'Amérique latine (Mayer 2009,

⁵⁴ La communauté de Chililique Alto se retrouve juste à la frontière entre le district de Chulucanas, dans la province de Morropón, et celui de Frías, dans la province d'Ayabaca. Toutefois, dans les cartes élaborées par Apel en 1996, Chililique est représentée du côté de Frías (Apel 1996).

⁵⁵ Malgré que la publication de l'ouvrage d'Apel date de 1996, ces chiffres demeurent exacts puisqu'en 1992 sont reconnues les plus récentes communautés de la sierra de Piura (SICCAM 2016).

2). La concentration des terres est un problème qui touche tout le continent au courant du XX^e siècle, et auquel le Pérou n'échappe pas, puisqu'en moyenne 1 % des propriétaires détiennent 82 % des terres cultivables (Eguren 2009, 65).⁵⁶ Dans la sierra de Piura, et, plus précisément, dans la province d'Ayabaca, qui concerne en partie cette étude, 0,5 % des propriétaires contrôlent 75 % des terres en 1961 (Apel 1996, 48). Ce seront plus de 8 millions d'hectares qui seront redistribués dans tout le Pérou (Eguren 2009, 81), dont plus de 25 000 hectares sur la côte piuranaise en date de 1978 (Palacios et Huamán 2020, 120) et plus de 165 000 hectares dans la sierra de Piura entre 1969 et 1981 (Apel 1996, 54 -56). Cette réforme agraire s'inscrit dans un projet de modernisation de l'État qui passe par la réduction des inégalités sociales héritées de l'ère coloniale et par le développement de l'industrialisation. Dans cette optique, l'expropriation, entre autres, de grands propriétaires terriens, les *hacendados*, et la redistribution de la propriété aux paysans sont supposés permettre aux paysans d'acquérir un nouveau pouvoir d'achat grâce aux profits qui découlent de l'agriculture et par la production d'aliments sains et abordables pour les ouvriers en milieux urbains (Remy 2014, 78).

Les lois entourant la réforme agraire sont les mêmes pour tout le pays, mais, ultimement, son processus d'implantation a été très différent pour chaque région, puisqu'il a été articulé aux mouvements paysans et aux dynamiques en termes d'identités, de formes de propriété et de production déjà en place localement, ce qui donne lieu non pas à une, mais à des histoires de la réforme agraire (Burneo 2019, 20). Seulement sur la côte piuranaise, qui, de 1950 à 1970, se caractérise par l'agriculture intensive de coton⁵⁷ à la fois pour l'exportation et pour l'économie nationale (Collin-Delavaud 1976, 151), on assiste à plusieurs processus différenciés de réforme agraire, dont les plus rapides et les plus longs au pays. Entre 1970 et 1973, presque toutes les *haciendas* côtières sont transférées aux paysans sous forme de coopératives agraires de

⁵⁶ Ce problème réapparaît déjà en raison de dynamiques mises en marche vingt ans après la réforme agraire. Une de ces dynamiques est celle enclenchée dans les années 1990 par le gouvernement Fujimori et poursuivie par celui d'Alan García, et qui consiste à octroyer surtout à de grands investisseurs les nouvelles terres cultivables obtenues grâce à des projets d'irrigation financés par les fonds publics. Alors que le recul de la frontière agricole sur la côte profitait auparavant à la petite et la moyenne agriculture, elle est maintenant source de concentration de la propriété agricole. À Piura seulement, sept propriétaires se partagent plus de 30 000 hectares (CEPES 2009, 11-12).

⁵⁷ En 1964, près de 65 000 hectares sont consacrés à la production de coton dans le département de Piura et un peu plus de 8500 pour le riz (Collin-Delavaud 1976, 151).

production (CAP) (Revesz 1989, 16)⁵⁸. Dans d'autres cas, comme ceux de Colán, près du littoral, ou de Querecotillo, dans la vallée du fleuve Chira, les *hacendados*, en perte d'autorité et surendettés par la baisse du prix du coton, tentent de fractionner les terres pour éviter l'expropriation. Ces conflits mèneront à des prises de terre⁵⁹ et à des poursuites judiciaires, étirant le processus de distribution des terres par l'État jusqu'en 1980 dans le cas de Querecotillo (Palacios et Huamán 2020, 116 -22).

Ces trajectoires de la réforme agraire peuvent être entre autres expliquées par la diversité des dynamiques économiques et des statuts des travailleurs des différentes vallées de la côte avant le décret de loi sur la Réforme Agraire. La vallée du Bas Piura est surtout composée de grandes communautés paysannes héritières des *reducciones* coloniales, dont la plus grande est celle de San Juan Bautista de Catacaos. Dans la vallée du fleuve Chira se trouve surtout des *haciendas* cotonnières employant de la main-d'œuvre salariée, les grands domaines fonciers ayant délaissé progressivement les contrats typiques du système de servitude des *haciendas*. Elles se concentrent sur la monoculture de coton grâce à la mécanisation de l'irrigation et à des projets hydrauliques de grande envergure. Les *haciendas* coloniales sont toujours bien présentes dans la vallée du Haut Piura, ainsi que dans toute la sierra piuranaise, où prédomine l'élevage bovin et l'agriculture vivrière. Finalement, dans toutes ces régions se retrouvent également de petits et moyens propriétaires et des paysans sans-terre qui cohabitent avec ces communautés paysannes, *haciendas* coloniales ou cotonnières, capitalisées et modernisées (Burneo de la Rocha 2016, 14 ; Mesclier 2013, 39 ; Revesz 1989, 17). Cette diversité d'acteurs en partie liée à la différenciation économique entre les zones du territoire perdure d'ailleurs avec la présence de grandes entreprises extractives et de syndicats sur la côte et le littoral, de petites et moyennes entreprises agricoles et de services dans les vallées du Haut et du Bas Piura, et de petite agriculture et de rondes paysannes dans la sierra (Cotler et al. 2009, 73).

⁵⁸ Dans le cas des anciennes et grandes communautés côtières comme Catacaos ou Sechura, ce seront des coopératives communales de production qui seront formés (Revesz 1989, 16).

⁵⁹ L'organisation de ces prises de terre a été appuyée par la *Federación Departamental de Campesinos de Piura* (FEDECAP), une des organisations sociales paysannes la plus active dans l'appui aux paysans lors du processus de distribution des terres (Burneo de la Rocha 2016, 14; Palacios et Huamán 2020, 116).

La région de production de cacao de cette étude se trouve à la frontière entre la vallée du Haut Piura et la sierra, soit entre deux zones où le système des *haciendas* coloniales domine jusqu'à la réforme agraire. Ces régions, malgré leur proximité à la fois avec l'agriculture mécanisée de la côte et avec les mouvements paysans caractéristiques des grandes communautés paysannes de la côte, se trouvent en marge de ces derniers, malgré la présence dans la sierra de Piura de mouvements pour les droits des paysans durant les décennies 1930 et 1940 (Apel 1996). Avant comme après la réforme agraire, la sierra piuranaise échappe au dynamisme économique qui caractérise la côte. Cette effervescence est surtout engendrée par l'économie extractiviste qui y prend place grâce aux investissements publics qui visent à la favoriser, comme de grands projets d'irrigation ou un réseau routier très développé, au contraire de la sierra, délaissée par l'État de ce côté (Cotler et al. 2009, 65). Comme le montre Karin Apel (1996), cet isolement historique de la sierra de la vie économique et politique du département de Piura explique en partie les formes qu'a prises la réforme agraire dans la région.

Dans la microrégion que constitue la sierra piuranaise, vers la fin des années 1960, les grandes propriétés sont déjà en processus de déstructuration avant la réforme agraire de Velasco, et ce depuis les années 1940 et 1950, lorsque les propriétaires commencent à vendre des terres aux *arrendatorios*⁶⁰ pour éviter les pertes que laisse planer le projet de réforme agraire du premier gouvernement de Belaúnde (Apel 1996, 48 -49). Comme mentionné plus haut, la communauté paysanne de Chililique Alto se situe sur ce qui constituait autrefois la partie la plus basse et la plus au sud de l'*hacienda* Pariguanás (Apel 1996, 63 ; 70). Cette zone qui est située à moins de 500 mètres d'altitude et qui présente un climat sec et tropical faisait donc partie d'une *hacienda* située majoritairement en zone andine. Pariguanás est l'une des exceptions du district en ce qu'elle conserve son intégrité jusque dans les années 1960, l'administrateur se refusant à vendre des titres de propriété individuels et préférant offrir un lot en commun à plusieurs travailleurs. Quelques-uns finiront par acheter un lot vers le milieu des années 1960 (Apel 1996, 65).

Le processus de réforme agraire sera assez lent dans la sierra piuranaise. Non seulement la région était isolée géographiquement et politiquement, mais les paysans avaient aussi commencé dès

⁶⁰ *Arrendatorio* est le terme le plus utilisé dans la région de Frías pour désigner les paysans travaillant dans les *haciendas*. *Colono* ou *yanacona* en sont des synonymes (Apel 1996, 14; 164).

les années 1930 à réclamer des droits leur permettant une certaine autonomie économique malgré leur assujettissement dans les *haciendas*. Le besoin pour une réforme agraire pouvait donc être moins criant pour certains, selon la gestion de l'*hacienda* et leur statut économique, puisque certains travailleurs avaient pu racheter leurs terres à l'*hacienda*. À Piura, un mouvement paysan s'était déjà constitué bien avant la réforme de Velasco, sous l'influence du Parti Socialiste d'Hildebrando Castro Pozo. Dans les années 1930, ce dernier fonde entre autres des districts de son parti à Frías et à Ayabaca. En 1934, ils réussissent à faire entendre certaines demandes des travailleurs des *haciendas*. Certains des effets de cette lutte sont l'abolition du travail gratuit (sauf les jours de travail dédiés au maintien des routes et des canaux d'irrigation, qui profitent aux paysans comme aux propriétaires) ainsi que l'interdiction aux *hacendados* d'obliger les travailleurs à vendre leurs produits agricoles exclusivement à l'*hacienda*. Des normes de travail sont mises en place et des accords sont négociés entre les travailleurs et les propriétaires. Les tarifs de location sont donc revus en conséquence, puisqu'ils ne peuvent plus prendre en compte les jours de travail gratuit (Apel 1996, 17 -25). Même avant la réforme agraire, les paysans de la sierra piuranaise, bien que subordonnés au système latifundiaire, réussissent à obtenir des droits qui leur permettent de développer des économies familiales parallèles à celles des *haciendas*.

À l'*hacienda* Pariguanás, où se situe maintenant Chililique, le développement de ces économies est d'ailleurs facilité par la monétarisation des activités agricoles et par les statuts très diversifiés des paysans. Comme l'administration de l'*hacienda* exerce un contrôle de plus en plus lâche, les *arrendatorios* se louent des parcelles entre eux. Alors que le paiement de l'*arriendo* est effectué en argent ou en quantités de produits prédéterminées jusque dans les années 1950, en 1960, ce paiement est rendu complètement monétaire lorsque l'*hacienda* commence à être dédiée uniquement à l'élevage de bétail amélioré. Ce choix est plutôt novateur dans la région, considérant que l'agriculture de la sierra est encore très peu modernisée, au contraire de celle de la côte, qui se modernise vers la fin du XIX^e siècle (Apel 1996, 6). Les *arrendatorios* louent alors leurs parcelles à l'*hacendado* en argent uniquement, au coût de 500 soles/hectare annuellement. Les travailleurs doivent tout de même effectuer vingt jours de travail rémunérés de 20 à 25 soles la journée (Apel 1996, 61 -64).

Juste avant la réforme agraire, dans la section plus basse de l'hacienda, qui concerne la présente étude, les travailleurs sont surtout des *destajeros*, qu'on pourrait traduire par « locataires à forfait ». Ces derniers peuvent louer jusqu'à 150 hectares de pâturages naturels ou irrigués dont ils sous-louent des sections à des *subarrendatorios*, ou des sous-locataires, sans nécessiter la permission de l'administration. Le contrôle de ce secteur de l'hacienda est donc moindre et les statuts de ceux qui y travaillent sont assez hétérogènes, allant des *subarrendatorios* jusqu'aux *destajeros* qui leur louent les pâturages et qui ont parfois eux-mêmes de l'*arriendo* dans d'autres sections de l'hacienda, voire qui sont propriétaires de parcelles en-dehors du domaine. Dans ce secteur existait également un terrain non loué, nommé El Papayo, utilisé de manière commune par les *arrendatorios* et par l'administration de l'hacienda pour faire paître le bétail et s'approvisionner en bois (Apel 1996, 66). Même s'ils n'en sont pas propriétaires, les paysans de l'hacienda gèrent déjà presque indépendamment la manière dont ils utilisent les terres louées par leur famille, et gouvernent de manière collective les ressources foncières utilisées par tous, tout en générant un marché de la location des terres et en développant leurs propres économies agricoles familiales. Même si la location de parcelles devient un peu moins usuelle après la formation des communautés, cette conception qui divise le territoire entre ressources collectives, comme l'eau, et ressources privées, comme la terre cultivée ou certains pâturages, demeure bien présente dans la gestion du territoire qui est désormais communautaire.

À Pariguanás, au lendemain du décret de la réforme agraire, bien que les changements soient significatifs pour les paysans, puisqu'ils signifient la fin d'un régime de domination sociale par les *hacendados* (Huber 1995, 10), ces changements se résument à une courte liste. L'administrateur quitte la maison de l'hacienda et les travailleurs cessent de payer l'*arriendo*. Les paysans continuent leurs activités productives de la même manière et une gestion commune des ressources demeure en place, notamment en ce qui a trait à l'entretien des canaux d'irrigation et à l'usage des sources d'eau. Ce n'est qu'en 1972 que des paysans achètent des terres de Pariguanás, soit les *invernas*, des pâturages irrigués, les seules terres utilisées directement par l'hacienda (Apel 1996, 116). Dans la province d'Ayabaca se forme une Ligue Agraire qui, supposément, doit mobiliser tous les paysans bénéficiaires de la réforme qui se trouvent dans la province du même nom. Sauf que cette ligue n'arrive jamais dans le district de Frías, pas plus que

les représentants du SINAMOS.⁶¹ Ce n'est qu'en 1976 que des fonctionnaires du ministère de l'Agriculture et de l'Irrigation (MINAGRI) informent les paysans des possibilités offertes en termes de droits de propriété par la législation relative à la réforme. Alors que les paysans de Pariguanás, où se situe maintenant Chililique, auraient préféré recevoir des titres de propriété individuels, les fonctionnaires les découragent de s'embarquer dans les processus longs et coûteux de reconnaissance individuelle de propriété. Devant le refus des paysans de s'organiser en coopérative agraire de production (CAP), modèle qui avait été pensé dans le projet de réforme pour cette région, les agents du MINAGRI leur proposent plutôt de former une communauté paysanne.

Pour gérer ce processus, le MINAGRI propose aux bénéficiaires de la réforme de s'organiser en groupes paysans. Cette forme d'organisation a d'abord été définie dans la Loi sur la Réforme Agraire comme une entreprise associative destinée à regrouper des petits propriétaires de la côte en attendant la formation de leur coopérative. Cependant, les groupes paysans sont surtout formés dans la sierra en tant que forme transitoire non vers des coopératives, mais vers des communautés paysannes. Dans l'ancienne *hacienda* de Pariguanás, cinq groupes sont formés, dont un sera scindé en deux sur les recommandations du MINAGRI, donnant au total six groupes qui deviendront chacun une communauté paysanne. Ils tarderont toutefois à le faire et les communautés issues de ces groupes seront reconnues par l'État seulement entre 1982 et 1988 (Apel 1996, 53 ; 67 -69). Les critères utilisés par les paysans pour former leurs groupes ne sont pas détaillés par Apel dans son ethnographie, mais j'ose imaginer que la proximité géographique, l'utilisation de ressources communes et les réseaux de solidarité déjà existants entre certaines familles ont dû peser dans la balance. Il est toutefois difficile de nier le caractère arbitraire et mécanique qu'a pris le processus de formation de ces groupes orchestré par l'État.

Une des communautés issues des groupes paysans de Pariguanás, José Olaya de Silahuá, est reconnue en 1983 (Apel 1996, 69). La communauté n'est toutefois pas officiellement propriétaire des terres qu'elle englobe, puisqu'elle est reconnue, mais pas encore titulaire du territoire

⁶¹ En 1971, deux ans après la promulgation de la réforme agraire, le gouvernement militaire crée le Système National d'Appui à la Mobilisation Sociale (SINAMOS) pour diffuser et appliquer les mesures relatives à la réforme agraire (Apel 1996, 49).

(SICCAM 2016).⁶² Cela n'empêche pas que la majorité des agriculteurs qui vivent à Chililique sont en fait des membres de la communauté de Silahuá (ou Silaguá⁶³), qui précède celle de Chililique, puisque leurs parcelles sont sur les terres qui sont théoriquement sur le territoire de Silahuá (Entrevue, Alvaro : H, 46). Le découpage des terres des *haciendas* de la sierra piuranaise lors de la réforme a donné lieu au fil du temps à des situations de ce genre. Les membres du groupe paysan de Silahuá sont parmi les seuls à ne pas avoir hésité pour faire reconnaître individuellement leurs terres. Ceci est dû à une raison bien précise, à savoir l'existence du terrain utilisé collectivement d'El Papayo, qui était convoité par plusieurs groupes, dont celui voisin qui deviendra la communauté de Río Seco. Les paysans de Silahuá ont voulu en sécuriser l'accès en devenant l'une des premières communautés à être reconnue en lieu et place de la défunte *hacienda*, mais aussi la plus vaste et la plus peuplée avec 391 membres et près de 7000 hectares (Apel 1996, 118). Dès les premières phases de distribution des terres avec la formation des groupes paysans vers 1976, certains villages commencent à surgir autour d'infrastructures et de services tels les écoles, les chapelles, les cimetières, les locaux communaux ou de rondes paysannes, comme à Silahuá ou à Pariguanás (la communauté du même nom que l'ancienne *hacienda*). Cependant, à l'échelle du district, c'est encore un établissement dispersé des paysans qui prédomine (Apel 1996, 61). Malgré le caractère arbitraire et lent que le processus de réforme agraire a pris dans la région, la communauté paysanne se transformera rapidement en une référence en matière de gouvernance des ressources foncières de ses membres, qui sauront l'adapter à leur idéal agricole hérité des structures de production préréforme agraire et le formaliser dans leurs pratiques communautaires.

3.3.2 La communauté paysanne de Chililique Alto et ses frontières

L'histoire de Chililique débute entre 1975 et 1980, alors que les familles qui sont à la base de la communauté existante s'y installent de manière étalée du fait de la proximité de la rivière (Entrevues Carmen : F, 60 ; Juan : H, 75 ; Hugo : H, 76). Hugo, un des premiers membres de la

⁶² Comme la communauté de Chililique, celle de Silahuá est inscrite dans le répertoire des communautés paysannes du Pérou comme une « *comunidad campesina reconocida por titular* » (SICCAM 2016, 342), donc reconnue comme ayant une personnalité juridique, mais sans détenir de titres de propriété officiels.

⁶³ Apel (1996) écrit sur la communauté de Silaguá, mais la graphie « Silahuá » est désormais utilisée par les membres de la communauté.

communauté encore présents à s'installer à Chililique, raconte que le site actuel était alors constitué de quelques maisons abandonnées. Progressivement, quatre familles viennent s'installer dans la région avant que la population ne commence à se densifier. Une première école est construite en 1986 et, la même année, une association d'éleveurs de bétail est fondée pour effectuer la gestion des pâturages. À ce moment, les parcelles existantes sont surtout partagées entre de la culture commerciale de limes et l'élevage de bétail. La zone est encore constituée de grandes superficies de pâturages hérités de l'*hacienda*, qui seront utilisées à cet effet ou semées, ainsi que de forêt tropicale sèche (*bosque seco tropical*), qui sera en partie défrichée. La communauté est reconnue par l'État en 1992.

Comme bien d'autres bénéficiaires de la réforme agraire dans tout le Pérou, les membres de la communauté paysanne de Chililique ont choisi cette unité administrative comme stratégie collective d'accès individuel à des titres de propriété, illustrant un idéal non collectif, mais familial du travail agricole (Hall 2017, 386). Cet idéal, qui définit les économies productives agricoles comme étant une affaire privée, n'empêche pas que la gestion collective des ressources qui prévalait avant la réforme agraire soit maintenue suite à la reconnaissance de la communauté paysanne. Même si la communauté paysanne en tant qu'entité juridique faisait peu de sens pour les agriculteurs lors de la réforme agraire, ils ont su s'en emparer pour répondre à leurs besoins en matière de gouvernance territoriale, c'est-à-dire pour promouvoir un modèle de gestion local qui repose sur la petite agriculture et les économies familiales. La communauté prend sens de façon concrète dans les ressources dont elle dispose comme la terre et l'eau, et dans la défense de ces dernières au profit de la petite agriculture. Comme l'a montré Alejandro Diez Hurtado (1998) dans son analyse des processus de communalisation dans la sierra de Piura, la communauté paysanne apparaît surtout dans la résolution de conflits entre membres ou avec des voisins, et est utilisée comme un appareil de gouvernance qui permet à ses membres de gérer leurs ressources foncières à l'intérieur des frontières communales ainsi que de les défendre par rapport à ses frontières externes. Ces processus de gestion et de défense sont d'ailleurs toujours en relation et apparaissent souvent dans les mêmes dispositifs d'action communautaire (Diez Hurtado 1998, 219). Les *comuneros* mènent cette gouvernance selon des principes moraux de **tranquillité** dans la communauté, et de **souveraineté** en matière de gestion du foncier et

d'**indépendance** vis-à-vis des acteurs externes. Je veux maintenant montrer comment ces valeurs du cadre moral communautaire guident la gouvernance de la communauté paysanne avant de mettre en lumière la façon dont elles entrent dans la production du cacao fin et de son économie morale.

Une des particularités de la communauté de Chililique est que la communauté est reconnue par l'État, mais non officiellement titulaire des parcelles exploitées par ses membres. Les *comuneros* ont néanmoins établis des frontières qui sont respectées par les membres de la communauté et par leurs voisins. En fait, avant d'être reconnue comme une communauté, Chililique était un hameau de la communauté de Silahuá. La majorité des terres travaillées par les familles qui vivent à Chililique font donc partie du territoire de Silahuá. Sauf que cette dernière non plus n'est pas officiellement titulaire de ses terres. Même dans ces conditions, les deux communautés sont devenues des références en matière de gestion foncière, en gérant de manière interne le marché des droits d'usufruit qui existe dans les communautés. Chaque changement par rapport aux droits d'usufruit, qu'il soit dû à un héritage ou à une transaction doit être approuvé par l'assemblée communale de la communauté concernée, qui a lieu deux fois par année. La situation de la communauté de Chililique, quelque peu enclavée dans celle de Silahuá, amène les *comuneros* à devoir faire preuve d'ingéniosité pour prendre part à la vie politique de leur communauté de résidence et de celle qui possède les terres qu'ils cultivent (Entrevue, Lucinda : F, 47).

À titre d'exemple, comme les Registres Publics ne permettent pas aux *comuneros* d'être inscrits dans deux communautés à la fois, Lucinda, une des cacaocultrices de l'association, explique qu'elle et son fils, à qui elle a acheté les droits d'usufruit d'une parcelle de Silahuá, sont membres de cette communauté, tandis que son époux est membre de la communauté de Chililique. Pour gérer ce type de situation, et s'assurer que le plus de membres possible participent aux assemblées, les communautés ont mis en place un système d'amendes où les membres qui ne participent pas aux assemblées communales bisannuelles se doivent de payer l'équivalent d'une journée de travail. Les présidents des communautés travaillent également de pair pour assurer le bon déroulement du processus de transaction de droits d'usufruit ainsi que de l'inscription des membres de la communauté dans les Registres Publics. Ainsi, les agriculteurs vont informer le président de leur communauté de résidence qu'ils désirent acquérir les droits d'usage d'une

parcelle sur les terres d'une communauté voisine. Lors de l'assemblée de ladite communauté, c'est le président voisin est chargé d'informer l'assemblée de la vente et de l'achat des droits d'usufruits et de s'assurer de l'inscription ou du retrait des *comuneros* des registres (Entrevue, Lucinda : F, 47).

La communauté voisine de Platanal Alto, dont près de la moitié des associés de l'APPAGROP Chililique sont membres, est dans une situation semblable par rapport à la communauté plus ancienne de Misquis, dont elle était auparavant un hameau. Ces situations donnent lieu à des dynamiques foncières et communautaires relativement complexes, surtout que des membres de la communauté de Chililique possèdent des droits d'usage sur des parcelles près de Platanal Alto, et doivent donc solliciter la communauté de Misquis en plus de celle de Silahuá pour obtenir leurs droits d'usufruit. Cette façon de faire permet toutefois aux membres de ces communautés de régler les possibles conflits fonciers de manière indépendante d'un autre palier de gouvernance. Comme documenté par Apel (1996), la communauté paysanne de la sierra de Piura est devenue une instance de contrôle et d'arbitrage de la distribution des terres, puisqu'elle gère les conflits internes, surtout dans les cas de transferts de droits d'usage des parcelles, que ce soit par vente ou par héritage. Pour les *comuneros*, la communauté paysanne apparaît donc comme une instance plus efficace et moins dispendieuse que celles proposées par l'État (Apel 1996, 140 ; 155-56). L'autrice avance que cette gestion de l'ouverture du marché des droits d'usufruit par la communauté est le principal avantage de cette dernière. Ce serait aussi la signification que ses membres donnent à l'expression selon laquelle la vie dans la communauté serait plus « tranquille » (Apel 1996, 156), c'est-à-dire que la gestion interne de la question foncière rend la vie plus paisible entre les membres de la communauté en limitant les sources de conflits.

L'expression stipulant que « acá es tranquilo (ici c'est tranquille) » est également revenue très souvent lors de mes échanges avec les cacaoculteurs, spécialement en référence à la ronde paysanne et à la sécurité que cette dernière assure dans la région, ce qui n'est pas le cas dans les centres urbains à proximité. La tranquillité, en référence aux bonnes relations entre *comuneros*, ainsi qu'à la réduction de la criminalité grâce aux organisations qui se greffent à la communauté (comme la ronde paysanne ou la junte d'irrigation), est une valeur centrale du cadre moral communautaire. Ultiment, la pratique de cette valeur vise surtout à générer le respect de la

propriété individuelle et communautaire sur laquelle repose la petite agriculture. Bien que la ronde n'apparaisse pas à première vue comme une instance de défense des ressources, elle est apparue en réaction à une vague de vols, spécialement de bétail, qui n'a cessé de croître après la déstructuration des *haciendas*, dont le départ de l'administration laissa un vide en matière d'autorité. Ces vols arriveront à des seuils intolérables après le phénomène El Niño de 1983, qui causa des désastres environnementaux ne faisant qu'empirer la précarité économique des familles d'agriculteurs (Huber 1995, 16 ; Entrevue, Carmen : F, 60).

Désormais, tous les *comuneros* sont *ronderos*. Comme la communauté, la ronde dispose d'une assemblée et d'un comité directif. À tour de rôle, les *ronderos* surveillent les entrées du village ainsi que quelques points stratégiques pour attraper de potentiels criminels, et désignent des membres pour patrouiller lors des événements importants, notamment l'anniversaire de la communauté, où beaucoup de personnes venant de l'extérieur viennent assister aux spectacles donnés pour l'occasion (Entrevue, Alejandro : H, 53). La ronde paysanne sert donc d'instance communautaire permettant de conserver l'ordre et d'assurer la sécurité des membres de la communauté et l'intégrité de leurs biens, le tout, indépendamment de la police nationale, la Garde Civile. Lors d'une conversation informelle, Juana, la fille d'un cacaoculteur, raconte que les *ronderos* sont très réticents à laisser les policiers s'immiscer dans leur manière d'exercer la justice, bien qu'ils soient très soucieux de se conformer à la loi. Ils exercent donc leur pouvoir dans un cadre très formalisé. À moins que l'individu intercepté ne soit suspecté d'avoir effectué un crime très grave, auquel cas la ronde collabore avec la Garde Civile pour leur soumettre, les *ronderos* considère le suspect comme « leur suspect » puisque ce sont eux qui l'ont attrapé et qu'ils peuvent donc décider de la façon dont il sera puni s'ils décident qu'il est coupable (Conversation informelle, Juana : F, 47). Les *ronderos* redoutent donc que la Garde Civile prenne le crédit pour leur travail, ou encore, qu'elle répète les abus vécus lors des débuts des rondes piuranaïses, alors que les voleurs étaient amenés à la police pour être remis en liberté presque qu'automatiquement (Huber 1995, 19).

La ronde paysanne n'est pas la seule organisation qui protège les membres de la communauté des abus d'acteurs externes, qu'ils soient des voisins ou des employés de l'État. Si les membres de la communauté de Chililique se sont sentis délaissés par la Garde Civile, il en a été de même

du côté de la gestion de l'irrigation. En théorie, depuis 1990, les agriculteurs de Chililique Bajo jusqu'à Platanal Alto sont membres de la *Comisión de Usuarios de del Subsector Hidráulico Menor de Yapatera*, elle-même faisant partie de la *Junta de Regantes del Alto Piura*. Même si les membres des communautés situées plus haut dans le piémont devraient elles aussi être intégrées dans ces organisations, leurs membres sont réfractaires à payer pour les services offerts et craignent que l'État ne s'approprie une ressource qu'ils considèrent comme un bien commun (Córdova Rengifo 2015, 42). Éventuellement, les membres des communautés de Chililique et de Platanal Alto en viendront à adopter la même posture que leurs voisins, après avoir été confrontées à des problématiques de vols d'eau ou de corruption (Entrevue, María Lucía : F, 43). Sauf exception des années de sécheresse aigüe, les agriculteurs de Chililique ont accès à des quantités plus que suffisantes d'eau grâce à la grande proximité de la rivière Yapatera. Les bénéfices qu'ils tireraient des services de leur commission d'usagers des eaux sont donc limités. Comme l'explique María Lucía, en faisant eux-mêmes l'entretien des canaux d'irrigation, ils payent uniquement les travailleurs journaliers qui les aident à les construire au lieu de payer également la commission, et peuvent prévenir plus facilement les éventuels vols d'eau :

Chaque canal a son délégué. Et ce délégué, c'est lui qui se charge de nous aviser pour faire les canaux, faire les travaux. Et nous nous organisons et nous travaillons. Et nous ne demandons rien ni au maire, ni au président, ni à personne parce que supposément que si nous demandons de l'aide au maire, parfois certains disent que des gens commencent à venir. Ils vont nous donner, mais ils disent aussi : « Payez pour ci et pour ça. » C'est mieux si nous n'allons même pas les voir et que nous commençons à travailler seuls. [...] Nous ne sommes pas conseillés par la junta d'irrigation de Papelillo, de Chulucanas, rien. Nous sommes ici, nous nous organisons seuls ici. [...] Si tu vois une prise d'eau qui a une part de ciment par ici, c'est tout nous, notre sueur⁶⁴ (Entrevue, María Lucía : F, 45).

Ce n'est donc pas faute de vouloir travailler de concert avec l'État que les *comuneros* ont développé une posture morale d'indépendance et de souveraineté communautaire vis-à-vis leur territoire. Comme je l'avance plus tôt, la communauté prend sens dans les espaces de négociation

⁶⁴ «Cada acequia tiene un delegado. Y este delegado es él que se encarga de avisarnos para hacer las acequias, hacer los trabajos. Ya nos organizamos y ya trabajamos. Y no le pedimos nada ni al alcalde, ni al presidente ni a nadie porque se supone que dice a veces si le pedimos por ejemplo apoyo a los alcaldes, dice que nos empiezan a venir. Nos van a dar, pero también dicen: «paguen por eso, y por eso». Mejor ni les vamos a ver y solos empezamos a trabajar. [...] Porque nosotros nos dependemos solos. No somos asesorados por nadie de la junta de agua de Papelillo, de Chulucanas, nada. Nosotros somos acá, nos organizamos solos acá. [...] Si vez una toma que tiene una tajada de cemento por acá, es puro ponche de nosotros, es nuestro sudor.» (Entrevue, María Lucía : F, 45)

qu'elle crée pour gérer et défendre les intérêts de ses membres, qui reposent sur des enjeux très concrets comme la terre ou l'eau. Les membres de la communauté n'attendent pas que d'autres acteurs défendent leurs intérêts. Par exemple, comme la communauté n'est pas titulaire du territoire, ses membres ont adopté une autre stratégie pour protéger les terres non cultivées de coupes d'arbres illégales. En 2016, ils ont réussi à doter leur communauté d'une aire de conservation privée de deux cents hectares (García 2016 ; INEI 2017, 45).

Ces formes d'autogouvernance et les valeurs de souveraineté et d'indépendance du cadre moral communautaire qui les sous-tiennent entrent directement dans l'économie morale de la production du cacao fin. En effet, le déploiement de ce genre de stratégies communautaires et de la capacité des agriculteurs de la région à se coordonner à travers la communauté ou la ronde paysanne est ce qui a encouragé les fondateurs de la coopérative Norandino à travailler avec eux sous forme d'organisations de base, avec une gouvernance démocratique exercée au niveau de la production (Sirdey 2018, 244). Les agriculteurs possèdent déjà des compétences organisationnelles et de gouvernance en lien avec toutes les instances communautaires auxquelles ils participent. Pour les agriculteurs, monter et gérer leur propre association fait donc sens. Pour la coopérative, disposer d'une autorité sous la forme de l'assemblée de l'APPAGROP et de son comité directif représente un avantage puisque les normes de production sont appliquées directement au premier niveau de gestion.

La coopérative a donc été pensée de manière à répondre à ce cadre moral de la petite agriculture et de la communauté paysanne, c'est-à-dire en mettant en place une concentration associative des terres, qui s'adapte bien à la petite propriété, au contraire des Coopératives Agraires de Production (CAP) du régime vélasquista (1969-1975). En effet, le modèle des CAP et leur trajectoire après la réforme agraire ont laissé une trace dans la mémoire collective qui a entaché l'image du système coopératif au Pérou pour les décennies suivantes, même si des coopératives de services, comme l'est Norandino, se sont formées avant et après le régime militaire. Les coopératives de services remplissent à la fois des rôles d'entreprise et d'organisation collaborative, c'est-à-dire qu'elles sont autogérées et ont comme objectifs de fournir aux membres un accès aux marchés et de développer des projets communs. Elles reconnaissent la propriété privée de leurs membres et la gestion familiale des parcelles. Au contraire, les CAP

avaient été pensées avec l'objectif d'éviter la parcellisation des terres. La propriété était donc collective et le système coopératif a été imposé verticalement à la dissolution des *haciendas* de certaines régions, notamment de la côte piuranaise. Plus qu'un système coopératif, c'était un nouveau modèle social que voulait imposer Velasco. Ces coopératives se sont presque toutes parcellisées après 1975 sous le poids de conflits, de dettes et de corruption (Remy 2007, 50-52). Les coopératives de services qui ont pris forme après ont donc dû composer avec la méfiance des agriculteurs envers le modèle coopératif, même si ce qu'elles proposent est tout à fait différent des CAP.

Dans le cas de Norandino, l'entreprise a débuté non sous forme de coopérative sinon de centrale associative, en regroupant justement des associations civiles d'agriculteurs. Comme l'explique María Isabel Remy, dans le milieu de la production du café, dans lequel a débuté Norandino (alors nommée CEPICAFÉ), ces associations civiles ont été préférées par les collectifs de caféiculteurs. Elles sont toutefois peu adaptées à une croissance d'entreprise puisqu'elles sont définies comme des organisations sans but lucratif, même s'il est permis à ses membres de faire du profit (Remy 2007, 51). En 2005, lorsque CEPICAFÉ s'est vue confrontée à une croissance trop grande de ses membres et de leur production, ainsi qu'à des investissements importants à faire dans ses infrastructures, elle a fondé une coopérative de services multiples en s'associant avec d'autres organisations du nord péruvien (Remy 2007, 52). La même année, la centrale associative approche des cacaoculteurs dans le but de commercialiser du cacao (Paz et Valleur 2013, 33). En 2015, CEPICAFÉ est officiellement intégrée par Norandino et les membres de chacune des associations qui composaient CEPICAFÉ deviennent membres de la coopérative Norandino (Entrevue, Alejandro : H, 53). Cela explique que les cacaoculteurs (tout comme les producteurs de canne à sucre et de café de l'entreprise), soient à la fois membres de leur association civile de base ainsi que de la coopérative. La concertation entre les deux niveaux d'organisation est cependant principalement effectuée par le comité directif de l'association de production, dont les membres ont des contacts plus fréquents avec la gestion de la coopérative, notamment par l'entremise de formations.

Ce modèle permet aux agriculteurs de conserver une certaine indépendance au niveau de la production familiale, mais aussi au niveau de leur organisation locale. Même si la coopérative est

une organisation externe à la communauté, une association gérée localement permet aux agriculteurs de conserver un niveau de gouvernance locale tout en dotant les membres de la communauté d'une sécurité supplémentaire (grâce à de l'assistance technique) et d'une autre façon de varier leurs revenus. La création de l'association peut alors être rationalisée à la fois selon les cadres moraux familial et communautaire. La possibilité de faire partie d'une association locale qui porte le nom de leur communauté est également une source de fierté pour les cacaoculteurs. Cela fait en sorte que tout le crédit de leur travail n'est pas nécessairement absorbé par la coopérative ou par une autre association, ce que les agriculteurs redoutent étant donné qu'ils l'ont déjà vécu dans leurs relations avec des instances étatiques comme la Garde Civile ou la Junte d'irrigation. Les cacaoculteurs de Chililique et de Platanal Alto ont d'ailleurs su s'approprier ce cadre associatif en créant leur propre organisation, de la même façon qu'ils le feraient pour mener à bien un autre projet dans la communauté, comme la construction d'une école ou la rénovation d'un parc. Ils forment une organisation dans la communauté afin d'identifier leurs besoins et les possibles solutions et vont chercher du support ou de l'aide financière chez des acteurs externes si nécessaire.

Pour résumer brièvement ce parcours, les premiers agriculteurs à semer du cacao dans la région s'associent d'abord avec l'APPAGROP située dans la communauté de Palo Blanco, en 2008. Ils sont alors une dizaine. En 2011, après un conflit avec les membres de cette association (dont la cacaocultrice qui m'a raconté cette histoire n'a pas voulu mentionner la nature), ceux de Chililique et de Platanal Alto décident de former leur propre association et d'acquérir les connaissances suffisantes pour monter leurs installations de fermentation et fermenter le cacao selon les standards du marché du cacao fin. Ils reviennent donc vers leurs propres communautés pour inciter les agriculteurs à s'associer avec eux et commencent à fermenter leur cacao en 2015. De vingt agriculteurs en 2011, ils sont passés à 52 producteurs en 2017 (Entrevue, Alejandro : H, 53 ; Julio : H, 53 ; María Lucía : F, 43). Des mécanismes d'inclusion et d'exclusion semblables à ceux de la communauté paysanne sont donc reproduits au sein de l'association de production de cacao, dont les frontières, bien qu'elles soient plus floues que celles de la communauté, en adoptent lâchement les contours puisqu'elles se forment autour de quelques familles influentes et respectées. Dans le cas présent, les membres de ces familles s'étendent aussi dans la

communauté de Platanal Alto, qui est la plus près de Chililique en termes géographiques et relationnels, créant cette association composée de deux pôles communautaires. Devant un conflit irrésoluble causé par des actions de cacaoculteurs de Palo Blanco qui risquaient d'entacher la tranquillité et les bonnes relations au sein de l'association, les cacaoculteurs de Chililique et de Platanal Alto ont donc refermé les frontières de leur collectif autour des membres de leurs communautés, avec lesquels ils entretiennent des relations de confiance, pour former une association qui fonctionnerait de manière indépendante.

L'association de production de cacao représente donc un outil dont les membres de la communauté se dotent pour répondre aux lacunes de l'État. Ce dernier n'arrive pas à les supporter devant des imprévus comme des épidémies et d'autres désastres naturels, ou encore à réguler le marché pour les aliments qu'ils produisent. Des problèmes relatifs à ces enjeux et vécus par les familles de la communauté ont donc été identifiés par les *comuneros*, ou par les familles constituant le collectif dominant, comme des enjeux communautaires qui dépassent le seuil de chaque famille et qui méritent d'être entendus (Diez Hurtado 1998, 221). La création de l'association, si elle n'apparaît pas comme une façon directe de défendre ou de gérer le territoire de manière communautaire, est une manière pour les producteurs de protéger une relation spécifique au territoire, qui est celle entretenue par la pratique de la petite agriculture. Comme l'autogouvernance des ressources communales, l'associativité représente une manière d'investir le territoire pour permettre une reproduction sociale construite autour d'une agriculture à la fois familiale et commerciale, sur de petites parcelles qui dépendent de l'irrigation. Par cette association qui s'inscrit dans le cadre communautaire, les agriculteurs tentent de renouveler cette petite agriculture et de l'adapter à une nouvelle ruralité, plus spécialisée, plus interconnectée aux milieux urbains, et qui leur permet de jongler avec des moyens de revenus non agricoles (comme le montre également Diez 2014, 23). Toutefois, si la nature de l'organisation est pensée à partir du cadre moral communautaire, puisqu'elle adopte les dynamiques qui en sont issues, les standards du marché de niche sur lequel est vendu le cacao fin induisent un cadre moral collectif dont les valeurs entrent en tension avec celles du cadre moral communautaire.

3.4 Régionaliser l'agriculture : collectivité et spécialisation

Jusqu'à présent, j'ai montré que les cacaoculteurs participent à l'économie morale de la production du cacao fin en la modelant selon les valeurs de leurs cadres moraux familial et communautaire. Je veux maintenant mettre en exergue un dernier cadre moral, qui en est un collectif, et qui émerge principalement des échanges entre les membres de l'APPAGROP et les employés de la coopérative en lien avec la marchandisation du cacao sur les marchés de niche. Je veux montrer comment ce cadre moral collectif prend racine dans les standards des acheteurs du marché du cacao fin, comme les chocolatiers *bean-to-bar*. Je veux également mettre en lumière la manière dont ces valeurs renvoient à une dimension collective propre à la petite agriculture piuranaise ; c'est-à-dire que la manière dont les petits producteurs se sont historiquement articulés à l'économie capitaliste induit un certain degré de spécialisation régionale. Je montrerai de cette façon comment la **collectivité** et la **spécialisation** en tant que valeurs entrent dans l'économie morale de la production du cacao fin sur la base d'un historique de production agricole pour le marché national, ainsi que comment elles sont formalisées dans la production du cacao pour le marché international. Je terminerai en discutant de la friction (Tsing 2005) qui émerge entre les cadres moraux collectif et communautaire, qui induisent chacun des frontières différentes entre les sphères privées et collectives de l'agriculture, ainsi que des effets que cette formalisation de la production a sur les dynamiques communautaires.

3.4.1 Homogénéiser la petite agriculture : Piura dans l'économie nationale

L'APPAGROP représente le premier exemple d'un collectif de production formel à Chililique. Cependant, l'agriculture est déjà une affaire collective en dehors de l'association. Bien que les producteurs gèrent indépendamment leur parcelle, ils finissent par cultiver des produits semblables. Comme je l'ai montré dans la section 3.2, les stratégies de réduction des risques reliés aux aléas de l'économie de marché ainsi qu'aux imprévus climatiques sont mises en place selon un cadre moral familial. Chaque chef de famille juge des stratégies adaptées à la composition du ménage, à son cycle de croissance ainsi qu'aux besoins et ressources disponibles. Avant la création de l'APPAGROP, les agriculteurs ne pratiquaient pas de stratégie collective de réduction des risques et, comme mis en lumière dans la section 3.3., les différents collectifs et organisations

qui se greffent à la communauté gèrent plutôt la gestion des ressources communautaires relatives à l'agriculture, mais pas les stratégies agricoles à proprement parler. Bien sûr, la gestion de l'irrigation est facilitée par une certaine homogénéité des besoins en eau de chaque *comunero*, mais encore là, même si chacun cultive les mêmes espèces, les besoins varient selon la taille de la parcelle.

Cultiver des cultures de rente similaires renvoie plutôt à une stratégie collective, mais également informelle, de concentration des terres qui permet aux agriculteurs de faire connaître la région pour un aliment ou un produit spécifique. Tous les agriculteurs n'ont pas de relations à long terme avec des acheteurs et, s'ils en ont, elles concernent certains produits seulement. En se démarquant régionalement pour certains aliments, les agriculteurs bonifient ainsi leurs chances d'avoir une meilleure offre pour leurs produits, puisque si les acheteurs se déplacent, ils tendent à leur offrir un meilleur prix et une avance sur la récolte à venir. C'est de cette manière que Carmen a eu les meilleurs prix pour sa récolte de mangues. Elle vend ses mangues sur les marchés de Chulucanas ou de Piura, selon l'acheteur avec qui elle s'entend. Le village se remplit alors de conducteurs de mototaxis, qui font les voyages jusqu'à Chulucanas (à environ 45 minutes de route), et relient ainsi les producteurs de mangues à leurs contacts. Le scénario alternatif implique que ces transporteurs se transforment eux-mêmes en intermédiaires et achètent la production directement au village, en sachant quels sont les prix en vigueur pour la journée à Chulucanas ou à Piura, et la revendent eux-mêmes aux acheteurs en ville. Cela signifie toutefois que la demande est moins importante et que les prix seront significativement moins élevés (Entrevue, Carmen : F, 60).

Les agriculteurs qui réussissent à entretenir des relations commerciales de longue durée sont très peu nombreux. Sur les trois interrogés, deux, Lucinda et Maria Lucía, sont elles-mêmes des intermédiaires du village et ont des contacts réguliers à Chiclayo (à plus de cinq heures de route de Chililique) auxquels elles vendent du cacao fermenté et séché (Entrevue, Lucinda : F, 47 ; María Lucía : F, 45). Le dernier, Eduardo, mentionné par Carmen, est également un cacaoculteur de l'association et membre du comité directeur. Il vend ses mangues directement à Lima, où se situe l'acheteur avec lequel il est en contact (Entrevue, Carmen : F, 60). Les options locales pour entretenir des relations commerciales avantageuses et de longue durée sont à peu près

inexistantes. La concentration collective des terres demeure donc la meilleure option qui s'offre aux agriculteurs pour se tailler une place dans l'économie de marché. La façon dont les agriculteurs se remémorent nostalgiquement le succès de leurs avocats est évocatrice de cette logique collective qui met de l'avant la collectivité et la spécialisation au profit d'une articulation plus avantageuse au marché. Les agriculteurs se remémorent la quantité d'acheteurs qui venaient directement au village pour offrir un bon prix puisque les rendements étaient hauts et les fruits de bonne qualité (Entrevue, Carmen, F : 60 ; Hugo : H, 80 ; María Lucía : F, 45). Collectivement, la culture des avocats a représenté un succès commercial important, même s'il a été de courte durée.

La façon dont les agriculteurs sont intégrés à l'économie de marché nationale implique donc, dans les termes d'Appadurai (1996), une « production de la localité » en fonction de cette articulation au marché, ainsi que d'une valorisation nationale du territoire. En tirant des écrits d'Appadurai, Valeria Siniscalchi en propose la définition suivante :

La « localité » n'est pas un donné. Mais bien au contraire, localité et appartenance ont une nature relationnelle et contextuelle : elles sont constamment remodelées et affirmées à travers des performances qui mettent en scène le « lieu » et la « communauté » (Abram *et al.* 1997 : 3-4). Les individus ont un besoin constant de définir et d'affirmer la « localité » et leur appartenance, perçues comme fragiles et menacées. La production de la localité (*the production of locality*, Appadurai 1996 : 178) a donc des effets matériels sur les espaces qui sont ainsi transformés en lieux ; et, en même temps, elle contribue à construire des sujets locaux et structure les sentiments d'appartenance. Il s'agit des deux aspects de ce qu'Appadurai définit comme une « technologie générale de la localisation », en tant que propriété de la vie sociale. La transformation d'un espace en lieu est toujours liée aux configurations du pouvoir : le processus de « localisation » est ainsi un processus politique (Gupta & Ferguson 2001 : 8) et un enjeu dans les dynamiques sociales (Siniscalchi 2008, 54).

Si je mobilise maintenant ce concept pour analyser le cadre moral collectif de la petite agriculture, c'est pour montrer que, même si les agriculteurs ont recours entre autres à des logiques paysannes et commerciales dans leurs économies familiales et qu'ils font partie de communautés paysannes qui priment l'autogouvernance, la petite agriculture qu'ils pratiquent ne se définit pas uniquement par ces logiques. Ils participent également à des économies de marché nationales et internationales, et ce, depuis l'ère coloniale. Les identités rurales et les modes de vie sur lesquels elles s'appuient n'échappent donc pas à ces dynamiques politiques et économiques dans

lesquelles la communauté s'inscrit. D'ailleurs, la dimension collective de la petite agriculture dépasse la communauté en elle-même pour englober le district de Chulucanas en entier, qui est reconnu pour certains produits, comme indiqué à l'entrée de sa capitale, qui porte le même nom : « *Chulucanas. Tierra de la Cerámica, el Mango y el Limón* (Chulucanas. Terre de la Céramique, de la Mangue et du Citron [vert]) ». La manière dont les agriculteurs investissent le territoire pour produire une localité est réalisée en fonction des cadres moraux familiaux et communautaires, mais également en fonction de la défense de ces identités rurales, de manière à les projeter et à les inscrire dans les économies et les imaginaires départementaux (Piura) et nationaux. Pour les agriculteurs, raccrocher ces identités rurales localisées à des dynamiques identitaires et économiques plus larges permet d'en sécuriser les modes de vie. Puisqu'ils vont s'y inscrire, ils sont également influencés par ces trames narratives politiques en même temps qu'ils sont soumis aux limites que les économies nationales leur posent en tant que producteurs.

La production de la localité, dans le cas présent, d'une région définie par la petite agriculture de mangues, de limes et désormais de cacao fin, est un processus qui s'effectue depuis les deux côtés des frontières régionales qui délimitent ces zones de production. Les manières dont les agriculteurs de la région investissent le territoire sont donc des héritages de plusieurs processus historiques longs, comme le développement de l'économie mercantile coloniale avec la mise en place des *haciendas*, leur déstructuration avec la réforme agraire, puis la dérégulation de l'économie avec les mesures néolibérales du gouvernement Fujimori dans les années 1990, qui ont tous contribué à donner forme à ce territoire et aux économies qui y prennent place aujourd'hui.

Pour en faire une brève histoire, Piura, en tant que région, est articulée aux marchés internationaux dès les débuts de la colonie. Déjà, au début du XVII^e siècle, les Piuranais exportent autant des matières premières que des produits transformés comme du blé, du vin, de l'*aguardiente*, du savon et du sucre, qui partent pour le Mexique, le Panama et le Chili depuis le port de Paita, qui demeure jusqu'à ce jour un pôle important dans l'économie d'exportation péruvienne, et d'où part d'ailleurs le cacao exporté par Norandino (Taylor 2017, 64). Plus précisément, au début du XVIII^e siècle, l'*hacienda* Pariguanás fournit de la farine de blé à la ville de Piura, ainsi que de la graisse de caprins et de bovins à l'industrie savonnaire de la côte (Taylor

2017, 115 ; Aldana Rivera 1988). Même si les *haciendas* de la sierra ne produisent généralement pas de produits d'exportation, elles fournissent des aliments qui nourrissent les travailleurs exploités sur les plantations de coton et de canne à sucre, et font donc partie des marchés locaux qui font fonctionner les économies de la colonie. Plus tard, avec l'indépendance du Pérou, la main-d'œuvre sur le territoire piuranais contribue à la formation de la république en étant intégrée dans les nouvelles économies mercantiles nationales et internationales péruviennes. Par exemple, la culture de coton est intensifiée avec l'avancée de la frontière agricole par l'ajout de terres cultivables comme la vallée du fleuve Chira, dans le but d'approvisionner le Royaume-Uni, en pénurie de coton en raison de l'arrêt du commerce avec les États-Unis durant la Guerre de Sécession (Aldana Rivera 2017, 212).

Même après la réforme agraire, les agriculteurs de Piura, qu'ils soient indépendants, prospères ou petits producteurs, organisés en CAP ou en SAIS, continuent de fournir l'économie nationale en coton et en riz, ce dernier étant destiné au marché national. D'ailleurs la culture du riz prendra de l'expansion durant les années 1980, décennie où la récession globale cause une inflation terrible au Pérou. Le riz, qui est destiné au marché national plutôt que local est moins sujet aux fluctuations internationales et la demande nationale ne cesse d'augmenter. L'augmentation de la population durant les années 1960 et l'adoption de semences améliorées dans les années 1970 contribueront à la croissance de la superficie de riz cultivée (Taylor 2017, 270-72). Cette culture continuera de remplacer progressivement le coton sur la côte piuranaise, et ce, jusque dans les années 2010. Malgré tout, la plupart des agriculteurs, surtout vers la fin de la décennie 1980, peinent à vendre leurs produits en ville. Dans ce contexte, la consommation des aliments produits par l'unité familiale viendra alléger le fardeau économique des producteurs en ces temps d'inflation. Vers 1992, la croissance économique reprend et les cultures d'exportation non traditionnelles, comme le café, les limes ou les mangues, deviennent de plus en plus populaires. Cet engouement est favorisé par la présence d'ONG, qui permettent aux agriculteurs de créer des liens avec des organisations de commerce équitable et de leur créer une bonne réputation, faisant augmenter le prix de leurs produits sur les marchés mondiaux (Taylor 2017, 288-95).

Intégrés très tôt dans les économies nationales et globales, les petits agriculteurs piuranais ont su se renouveler au gré de la demande économique pour s'inscrire dans différentes trames

narratives. Depuis la fin des années 1980, ils se sont taillé une réputation et ont fait reconnaître leur région comme un pilier national de la production d'arbres fruitiers. Comme mentionné plus haut, Chulucanas, la province où se trouve Chililique, est une des régions clés de la production de limes et de mangues du département de Piura, qui fournit au total autour de 65 % de la production nationale de chacun de ces deux fruits (Revesz et Oviden 2011, 161). Plus que pour ses bons rendements, la région est reconnue pour la qualité de ses limes, dont le haut taux d'acidité et les saveurs discrètes en font les plus appréciées pour préparer l'emblématique ceviche, plat composé de poisson cru arrosé de jus de lime, dont il est dit que l'acidité de l'agrumes « cuit » le poisson. Javier Wong, l'un des *cevicheros* les plus reconnus du pays, aurait d'ailleurs affirmé que : « *Si no existiese Piura, no existiría el cebiche, porque el limón de esta zona es único y exclusivo; no crece en ninguna otra parte del Perú ni del mundo* (si Piura n'existait pas, il n'y aurait pas de ceviche, parce que la lime de cette région est unique et sans égale ; elle ne pousse nulle part ailleurs au Pérou ni dans le monde) » (Javier Wong cité dans Che Piu 2021).

L'article de Haarstad et Fløysand (2007) fournit un bon exemple du positionnement que peuvent adopter les agriculteurs piuranais en s'inscrivant dans des dynamiques gastronomiques nationales pour défendre la petite agriculture. Les auteurs montrent comment des producteurs de limes à Tambogrande construisent une trame narrative (*narrative*) dans laquelle ils inscrivent leur production de limes comme étant essentielle dans la confection de plusieurs plats emblématiques du Pérou, comme le ceviche. Ce faisant, ils associent leur région et leur travail à l'identité nationale et développent une nouvelle trame narrative pour contester celle qui dépeint la ville comme étant sous-développée et dépendante de nouveaux projets miniers pour son développement. Ils souhaitent ainsi attirer l'attention des décideurs politiques dans la capitale pour contrer un projet minier sur leur territoire (Haarstad et Fløysand 2007). Des variétés qui ne sont pas nécessairement endémiques à Piura ni aux Amériques en viennent à définir la région dans l'économie et la gastronomie nationales. Ce phénomène est dû en partie à un effet inattendu de la réforme agraire de Velasco, soit la formation d'une classe d'agriculteurs moyens et prospères dans la sierra du nord, qui « *estuvo acompañado por una intensificación en la integración del mercado y un lento (pero implacable) proceso de adopción de tecnología mejorada* (s'accompagna d'une intensification de l'intégration au marché et d'un processus lent [mais

implacable] d'adoption de technologie améliorée) » (Taylor 2017, 283). Même si ces agriculteurs représentent une minorité, la révolution verte qu'ils mettront en marche dès les années 1970 filtrera jusqu'aux petits agriculteurs qui, progressivement, investiront dans des fertilisants chimiques, puis dans des pesticides et, finalement, dans des semences améliorées (Taylor 2017, 284).

Les effets de cette révolution se font particulièrement sentir à Chililique, où cohabitent les variétés améliorées, au plus haut potentiel de commercialisation, et, dans une moindre mesure, les variétés appréciées localement, souvent moins esthétiques et résistantes au transport, et non sélectionnées pour leur taille ou pour la quantité de chaire ou de jus qu'elles contiennent. À titre d'exemple, les variétés de mangues nommées *criollo* et *ciruelo* (aussi nommé *taperiba* dans d'autres régions du Pérou) sont répertoriées dans les archives de la *Slow Food Foundation for Biodiversity*, qui répertorie des variétés et des espèces aux qualités uniques, mais produites dans de petites quantités pour attirer une attention particulière sur ces espèces et favoriser leur préservation (Slow Food s. d. ; s. d.). À Chililique, ces deux variétés sont très appréciées des producteurs, qui en ont souvent un arbre ou deux sur leurs parcelles, même s'ils ne produisent pas de mangues commerciales. Ces variétés ne sont généralement pas vendues. Comme les autres variétés de fruits qui ne présentent pas de possibilité de commercialisation, elles entrent dans des économies domestiques. Le cacao Blanco fait toutefois partie d'une classe à part. Il n'est ni une semence améliorée ni une variété particulièrement appréciée localement. Bien qu'il soit endémique à la région, comme je le mentionne au début de ce chapitre, il fait plutôt partie de la pharmacopée populaire et n'est donc pas cultivé par les producteurs pour ses qualités aromatiques, mais est toutefois travaillé de façon à être commercialisé en fonction de son potentiel gustatif sur les marchés de niche. Je veux maintenant me pencher sur le type de production de la localité que ce paradoxe génère.

3.4.2 La force du collectif : le cacao Blanco et la production d'une localité globale

Le travail de sélection qui a dû être effectué sur les semences de cacao Blanco pour obtenir une production apte à la vente commerciale distingue cette variété du type de semences améliorées qu'utilisent normalement les agriculteurs pour leurs cultures de rente. Puisque les semences

n'étaient ni sélectionnées pour leur homogénéité, pour leur taille et celle de leurs cabosses, ni pour leurs rendements, les agriculteurs ont dû débiter tranquillement leur production, en sélectionnant graduellement les fèves pouvant leur fournir les cabosses aux fèves les plus nombreuses et les plus grandes, et provenant des arbres les plus productifs (Entrevue, María Lucía : F, 43). Pourquoi effectuer ce travail pour produire un aliment qui n'est pas consommé localement pour son potentiel gustatif ? C'est que le cacao Blanco représente l'opportunité pour les agriculteurs de produire une localité qu'ils peuvent projeter vers la scène internationale et ainsi sécuriser leur rôle dans des marchés de niche, qu'ils considèrent comme plus stables que les marchés nationaux, et qui leur offrent une sécurité collective plus grande. Les producteurs sont donc bien au courant des prix et de la nature des marchés sur lesquels ils commercialisent leurs cultures. Sans savoir précisément, ils estiment d'avance s'ils recevront un bon ou un mauvais prix pour leur récolte, voire s'ils pourront la vendre tout court, selon la situation politique, économique ou climatique en vigueur dans le pays, puisqu'ils s'informent et s'échangent ces informations. Par exemple, lors d'une discussion informelle avec Eduardo en janvier 2018, ce dernier m'explique que, même s'il a son contact annuel à Lima pour la vente de ses mangues, le prix pour la saison de l'année est plutôt bas étant donné l'instabilité politique qui règne et qui se soldera finalement par la démission du président Pedro Pablo Kuczynski en mars de la même année. Eduardo avance que cette instabilité nuit aux investissements étrangers, à l'économie nationale et conséquemment, à la consommation des citoyens : « *Si no hay trabajo en la ciudad, la gente no compra y los precios bajan* (s'il n'y a pas de travail en ville, les gens n'achètent pas et les prix diminuent) (Conversation informelle, Eduardo : H).

Dans ce contexte, les marchés étrangers sont perçus comme étant plus sûrs, spécialement depuis que l'APPAGROP est bien installée au village, avec son centre de collecte et que les cacaoculteurs reçoivent leur avance aux quinze jours. C'est ce qu'explique Juana, la fille d'Hugo, qui, sans être membre de la coopérative, y est très impliquée puisqu'elle assiste à toutes les réunions de l'association et s'occupe de la parcelle de son père, qui ne peut plus s'y rendre lui-même. Elle raconte que les agriculteurs étaient peu nombreux à vouloir s'associer au départ, mais que dès que le marché a été sécurisé pour la vente de leurs produits, ces derniers ont afflué pour s'inscrire, dont dix en 2017 seulement (Entrevue, Juana : F, 47). Toutefois, cette augmentation de l'aire de

culture du cacao dans la région, jointe aux pluies torrentielles du phénomène El Niño de 2016, se sont accompagnées d'un visiteur indésirable, la *Monalonion dissimulatum*, un type de miride qui s'attaque aux cabosses du cacao et peut engendrer des pertes considérables aux producteurs, qui ne peuvent vendre les fèves séchées par la miride à la coopérative. Lorsque je demande à Juana si elle croit que la culture du cacao aura droit à un meilleur sort que celle des avocatiers, décimés par une épidémie, elle me répond avec enthousiasme : « *¡ Sí ¡ [...] Porque parece que la planta de cacao dura más que la palta y porque el cacao es exportado. La palta era para el mercado de acá.* (Oui ! Parce qu'il paraît que le cacaoyer produit plus longtemps que l'avocatier et parce que le cacao est exporté. Les avocats étaient pour le marché local) » (Entrevue, Juana : F, 47).

L'intérêt d'acheteurs étrangers pour leur cacao est perçu positivement par les cacaoculteurs, qui y voient une possibilité de se former une réputation internationale. Les acheteurs sont d'ailleurs nombreux à visiter le village et les parcelles. Lors de ma première journée dans la communauté, Alejandro, le fermentateur de l'APPAGROP me fait visiter le centre de collecte et m'enseigne en même temps des photos de la visite de chocolatiers *bean-to-bar* japonais qui, dans ses mots, « *se enamoraron del cacao de Chililique* (sont tombés en amour avec le cacao de Chililique) » (Entrevue, Alejandro : H, 53). Il me montre également la photo d'une tablette de la compagnie écossaise Chocolate Tree, nommée Chililique 70 %, et dont les chocolatiers ont également visité « *el famoso Chililique* (le fameux Chililique) » (Entrevue, Alejandro : H, 53). Le centre de collecte du cacao est un lieu charnière dans la commercialisation du cacao de Chililique, puisque c'est celui où commence la traçabilité du cacao, où les fèves de tous les cacaoculteurs, peu importe s'ils viennent de la communauté ou non, sont mélangées pour être fermentées puis séchées. Le centre de collecte incarne donc la formalisation de la collectivisation de la petite agriculture et d'une spécialisation, non seulement dans la production d'un aliment, sinon dans sa sélection et sa transformation. C'est dans ce lieu où la convergence de tous les cadres moraux qui composent l'économie morale de la production du cacao fin est la mieux observable. C'est à cet endroit que les valeurs qui découlent du cadre moral collectif sont mises en pratique et donc qu'elles s'articulent ou entrent en friction (Tsing 2005) avec celles des cadres moraux familial et communautaire.

Une des caractéristiques du communautaire, encore selon Alejandro Diez Hurtado (1998), est que l'action individuelle de membres influents de la communauté est indispensable pour guider l'action collective et pour définir le communautaire. Ce sont ces derniers qui sont responsables d'amener les membres de la communauté à un consensus sur leurs motivations et valeurs, ainsi que d'établir des relations entre la communauté et la société dans laquelle elle évolue. Ils articulent les différents collectifs au sein de la communauté, mais aussi la communauté avec ses interlocuteurs externes (Diez Hurtado 1998, 221). Comme je l'ai montré dans la section précédente, ce sont des familles influentes dans les deux communautés concernées qui ont mis de l'avant le projet de l'APPAGROP. Ces derniers sont également surreprésentés dans le comité directif de l'association, qui est élu démocratiquement par ses membres aux quatre ans, et qui fait office de canal de communication entre la coopérative et l'association. À travers la gestion de la production du cacao fin pour la coopérative, les membres du comité directif, font le pont entre deux cadres moraux, l'un communautaire, décrit dans la section précédente, et l'autre collectif, qui émerge largement des contacts avec les responsables de la gestion de la coopérative, même si ce cadre s'appuie, comme expliqué précédemment, sur une collectivisation de l'agriculture qui précède l'association des cacaoculteurs.

Les valeurs de spécialisation et de collectivisation qui font partie du cadre moral collectif de la coopérative émergent de l'histoire de Norandino et des conditions dans lesquelles la coopérative a été fondée. Je veux donc m'y attarder avant de continuer sur ce que la pratique de ces valeurs dans le cadre de la production du cacao Blanco signifie pour les interactions des membres de l'APPAGROP. La coopérative prend racine dans la création de l'ONG PIDECAFÉ, en 1991, qui a comme objectif la revitalisation de la culture du café dans la sierra piuranaise. Cette organisation voit le jour dans un contexte de libéralisation du marché du café avec la sortie des États-Unis de l'Accord International sur le Café (AIC) en 1989, puis les réformes néolibérales du gouvernement Fujimori, élu en 1990. Même auparavant, les caféiculteurs, majoritairement organisés en coopératives de services (et non en coopératives de production du régime vélasquista), avaient déjà de la difficulté à couvrir leurs coûts de production et à fidéliser leurs membres en raison d'un manque de transparence de la part de gestionnaires. En 1990, ces coopératives se retrouvent alors dans une situation encore plus critique. Jusqu'à une grande organisation comme La

Fédération Régionale Agraire de Piura (FRADEP), en tentant de commercialiser du café vers la fin des années 1980, croule sous les dettes de cultures antérieures et finit par abandonner son projet d'exportation (Remy 2007 ; Walsh 2004).

Ce dernier essai de la FRADEP de commercialiser du café a cependant l'effet d'amener dans la région de Piura un phytopathologue et bénévole allemand, Rudolf Schwarz, qui deviendra un des principaux instigateurs de la commercialisation de café piuranais dans les marchés de niche. En 1991, Schwarz ira rencontrer un groupe d'étudiants en agronomie à l'Université Nationale de Piura, dont les frères Santiago et César Paz, deux des fondateurs de Norandino, qui l'amèneront dans la sierra dans le but de conduire une étude sur la culture du café dans le département de Piura. Le petit groupe constatera que les caféiculteurs piuranais reçoivent des prix très bas pour leur café, qu'ils ont les pires rendements au pays et qu'ils refusent farouchement de s'associer. Provenant également de milieux ruraux, les jeunes agronomes décident de fonder une ONG, le Programme Intégral Pour le Développement du Café (PIDECAPÉ), pour revitaliser la culture du café dans la sierra piuranaise. Ils le font avec l'aide de Schwarz, qui les mettra éventuellement en contact avec un importateur équitable allemand, Gepa. Au départ, ils recrutent des caféiculteurs qui sont prêts à mettre en place de nouvelles techniques de culture et de traitement du café et les organisent en associations, forme organisationnelle qui ne rebute pas autant les agriculteurs que celle du système coopératif (Remy 2007 ; Walsh 2004).

Dès le départ, le programme de PIDECAPÉ promeut des pratiques agricoles durables, biologiques, et l'utilisation de variétés adaptées au climat piuranais, tout cela dans le but de réduire les coûts de production tout en améliorant les rendements. Cependant, les fondateurs de PIDECAPÉ réalisent rapidement que, sans marché pour vendre leur produit, les agriculteurs n'ont pas intérêt à produire plus, ils se retrouvent seulement avec plus d'invendus sur les bras, rendant inutile l'économie d'échelle impulsée par le programme. Ils tentent alors de faciliter la vente du café à bon prix, en informant d'abord les caféiculteurs des fluctuations de la bourse pour déjouer les intermédiaires, sans succès, puis en organisant eux-mêmes le transport vers les marchés d'exportation nationaux, mais à perte. En 1994, l'importateur équitable Gepa accepte de leur acheter un demi-conteneur, mais l'acheteur n'est pas satisfait du résultat, puisque les deux parties ne s'étaient pas entendues sur le processus de séchage des grains de café. Les

organisateurs de PIDECAFÉ comprennent alors l'importance de s'adapter aux exigences des acheteurs afin d'obtenir un meilleur prix et des relations commerciales durables. Cet accès au marché motive également les producteurs à modifier leurs pratiques post-récoltes, même si cela signifie plus de travail (Walsh 2004 : 27-32).

C'est en 1995 que les membres de PIDECAFÉ créent la Centrale Piuranaise de Caféculteurs (CEPICAFÉ) afin de collecter, de mettre en marché et d'exporter le café de ses membres. C'est à ce moment que l'organisation décide de capitaliser sur les éléments que ses membres mettent déjà en pratique, comme la culture biologique et le commerce équitable, en allant chercher des certifications qui leur permettront d'accéder à des marchés de niche et de créer des partenariats à long terme. Dans les années qui suivent, l'organisation met en place un système de paiement qui récompense les associations qui se sont engagées à vendre du café biologique et "lavé", qui est le processus de séchage le plus recherché sur les marchés internationaux. Un système de contrôle de qualité est aussi implanté, avec une bonification pour les producteurs qui amène du café ayant été séché au bon taux d'humidité, et la possibilité pour ceux n'ayant pas séché suffisamment leur café de se voir refuser l'achat de ce dernier (Walsh 2004 : 29-33 ; Remy 2007 : 85).

Comme je l'ai décrit dans la section 3.3.2, c'est en 2005 que la centrale de producteurs intègre des associations cacaocultrices et crée la coopérative de services multiples Norandino. Pour résumer, la coopérative met de l'avant la formation de collectifs de production, qu'elle regroupe afin de négocier de meilleurs prix et des contrats à plus long terme avec les acheteurs. Elle agit à titre d'intermédiaire pour ses producteurs en vendant directement aux importateurs étrangers et réduit donc le nombre d'acteurs de la filière. Elle cherche également des marchés et des stratégies différenciées pour chacun des produits de la région, permettant d'offrir plus d'avantages sociaux à ses membres (IDEAS 2020 ; Remy 2007 : 87). En se rendant à l'évidence que les conditions de mise en marché des produits des agriculteurs ne leur permettaient pas de couvrir les dépenses liées à la production, les fondateurs de Norandino se sont alors tournés vers des marchés de niche, qui sont caractérisés par des processus de certifications ou de traçabilité des produits. Les mots de Santiago Paz, l'un des fondateurs de la coopérative, résument bien cette logique :

La question fondamentale, comme je le dis souvent, c'est de savoir comment une coopérative peut être compétitive et survivre dans un marché de matières premières aussi complexe que celui du café ou du cacao. Je crois que la seule manière pour les organisations est de profiter de ces nouvelles tendances du marché qui va au-delà des prix et des volumes et dans lequel le consommateur ne s'intéresse pas seulement à une qualité physique du produit, mais aussi à une qualité sociale et environnementale. Et c'est ce qu'offre Norandino. Norandino veut être une organisation forte, une organisation qui représente 7000 familles de producteurs dans 6 régions importantes du Pérou. Nous voulons être une organisation compétitive. Nous sommes en phase avec cette nouvelle tendance du marché. Nous proposons des produits de qualité avec des saveurs et des arômes particuliers (SCOP Éthicable 2017).

Le rôle de la coopérative est d'articuler les pratiques des producteurs avec les attentes des acheteurs. Cette articulation se fait en catégorisant les pratiques agricoles selon des indicateurs qui correspondent aux valeurs de l'économie morale à laquelle participent les acheteurs, comme l'équité, la conservation de la biodiversité ou la qualité. Le travail des employés de la coopérative se trouve dans cet aller-retour entre l'agriculture et les catégories désirables pour les acheteurs. Ils doivent trouver quels sont les indicateurs qui qualifient au mieux les pratiques des agriculteurs, ou modifier l'agriculture pour la faire entrer dans ces catégories. C'est de cette façon qu'ils réussissent à négocier des relations commerciales durables et plus avantageuses pour les agriculteurs que celles auxquelles ils ont accès en-dehors des marchés de niche.

L'intérêt d'acheteurs étrangers pour des fèves de cacao rares et la « découverte » de fèves de cacao blanches à Piura est l'occasion parfaite pour CEPICAFÉ de mettre en pratique ces apprentissages acquis lors de la mise en marché des cafés de ses membres. Les cacaoculteurs ont potentiellement un produit exportable sur des marchés de niche, mais ils doivent d'abord l'adapter aux exigences de ces marchés en termes de qualité du produit : sa fermentation, son séchage, la taille des fèves et la constance de ces paramètres (Paz et Valleur 2013 : 37). La coopérative applique un processus semblable à celui de la production du café à celle du cacao, c'est-à-dire qu'elle fait en sorte de former les cacaoculteurs pour qu'ils puissent effectuer les étapes de récolte et de traitement post-récolte en fonction des attentes des acheteurs. La coopérative enclenche également un processus de certifications biologique et équitable pour les cacaoculteurs qui, dans le cas de l'APPAGROP Chililique, utilisaient tous des engrais chimiques et des pesticides (Entrevue, María Lucía : F, 43).

Pour catégoriser le cacao Blanco de Chililique comme étant fin, biologique et équitable, ce dernier doit passer par des processus d'évaluation. Dans le cas des certifications, l'évaluation des parcelles et du travail des cacaoculteurs sont effectués par des acteurs externes, comme l'entreprise Bio Latina (Entrevue, Juana : F, 47). Il en va autrement pour les standards de qualité du cacao. Des dispositifs de tri sont mis en place de la parcelle jusqu'au siège social de la coopérative. Les cacaoculteurs sont formés pour ne cueillir que les cabosses mûres, idéalement une ou deux journées avant de remettre les fèves au centre de collecte. Cela permet au mucilage de sécher un peu avant de déposer les fèves dans les bacs de fermentation et, ainsi, d'optimiser le processus. Lorsque les agriculteurs évaluent les cabosses de cacao, ils doivent trier les fèves en fonction de leur taille et de leur qualité. Les fèves trop petites qui se situent aux embouts des cabosses sont rejetées, tout comme celles qui sont abîmées, trop ou pas assez mûres, ou encore qui ont été séchées par une contamination de la cabosse par les mirides.

Ce travail de tri est ensuite lui-même évalué au centre de collecte par les vérificateurs du comité directif de l'APPAGROP. Un à un, les agriculteurs pèsent leur récolte, puis vont la verser dans les bacs de fermentation, sous le regard attentif du vérificateur, qui est à la recherche de fèves irrégulières. Cet examen vise à détecter si les cacaoculteurs ont réalisé le travail de tri de manière adéquate. Si le vérificateur constate que trop de fèves de basse qualité ont été laissées dans le cacao vendu par le membre de l'association, il peut refuser, au nom de l'association, de payer l'agriculteur et d'accepter son cacao, surtout si la chose se reproduit. Tout ce travail pour homogénéiser le plus possible les fèves avant de les faire fermenter et sécher est effectué à l'œil. Ce n'est qu'une fois arrivées à Piura, à l'entrepôt de la coopérative, qu'elles sont soumises à un dernier tri selon leur taille, à la machine cette fois, ensachées et identifiées, achevant la transformation de cette ressource en marchandise.

Anna Tsing (2017), qui a réalisé une ethnographie de la chaîne d'approvisionnement des champignons matsutakes, y interprète le travail d'évaluation et de tri comme étant un dispositif qui permet de capter la valeur créée dans des régimes de valeur non capitalistes, à l'intérieur de régimes de valeur capitalistes. Elle décrit la façon dont le tri des champignons selon leur taille et leur maturité permet de traduire cette ressource en stock calculable :

Le matsutake est donc une marchandise capitaliste qui commence et termine sa vie sous la forme d'un don. Il ne devient une marchandise totalement aliénée que pendant quelques heures : juste le temps de patienter sur le tarmac en s'improvisant sous l'aspect d'un stock bien emballé et de voyager dans la soute d'un avion. Pourtant, il reste que ces quelques heures sont primordiales. Les relations entre exportateurs et importateurs qui dominent et structurent la chaîne d'approvisionnement sont établies à la faveur de ces heures fatidiques. En tant que stock, les matsutakes rendent possibles les opérations de calcul qui redistribueront les profits entre exportateurs et importateurs, en optimisant l'organisation de la chaîne d'approvisionnement à leur plus grand avantage. C'est de l'accumulation par captation : la création de valeur capitaliste à partir de régimes de valeur non capitalistes (Tsing 2017, 201).

Tsing explique que, même si une production peut être modélisée en fonction de la commercialisation de la ressource produite, elle dépend toujours de processus écologiques qui échappent au contrôle capitaliste. Dans le cas de la culture du cacao Blanco, les semis sont sélectionnés en fonction de critères de rendements et d'homogénéité, mais les variations climatiques, les insectes et les animaux qui peuvent affecter les récoltes ainsi que la taille variée des fèves à l'intérieur d'une même cabosse sont des facteurs difficilement contrôlables. Les étapes de tri permettent donc de transformer une ressource naturelle variable en stock calculable, sans avoir à contrôler complètement les conditions de production (Tsing 2017, 107). En réduisant le nombre d'acteurs de la filière et en évaluant les fèves de cacao selon les critères des importateurs, et ce, le plus près possible du lieu de production, la captation de la valeur capitaliste du cacao est effectuée plus tôt, permettant aux cacaoculteurs de capter une partie plus importante de cette valeur que dans une filière conventionnelle, de manière à distribuer les profits différemment le long de la filière.

Si l'homogénéisation des fèves de cacao réalisée par leur tri permet d'optimiser les étapes de transformation post-récolte ainsi que celles de la confection du cacao en chocolat, c'est l'évaluation de cette homogénéisation qui permet aux cacaoculteurs d'en capter la valeur économique. Le cadre moral collectif qui vient avec la formation de l'APPAGROP est donc mobilisé dans l'optique d'obtenir un prix supérieur à celui du cacao conventionnel, c'est-à-dire en captant la valeur du cacao, en tant que collectif de production, grâce à l'évaluation capitaliste effectuée par le tri du cacao près des lieux de production. La valeur que prend l'appartenance à l'association de production se situe donc dans la possibilité pour tous de sécuriser un certain prix pour le cacao, grâce à la mise en commun de la production et à la spécialisation du rôle des producteurs en lien

avec la production biologique du cacao et sa sélection pour les standards du marché de niche. Ce cadre moral collectif et le raisonnement auquel il mène ressortent dans le discours de Rosa, qui a été la première vérificatrice de cacao pour l'association et qui raconte son expérience lorsqu'elle examinait le cacao amené par les producteurs dans les débuts de l'APPAGROP à Chililique :

On ne t'a pas raconté ? Ça a été une expérience difficile au début. Le cacao était mauvais. Il y a eu beaucoup de problèmes avec les producteurs, surtout les plus vieux. Par exemple, si on me fait des critiques, je ne vais pas me fâcher, puisque ça m'aide comme productrice de recevoir des commentaires. Mais ce n'est pas tout le monde qui est comme ça. C'est pour ça qu'il faut dire les choses toujours avec calme, expliquer que la prochaine fois, ils ne pourront pas remettre leur cacao. Nous sommes comme une famille, mais je ne peux pas accepter de mauvais cacao. Il a fallu le répéter et le répéter et refuser du cacao. Si on accepte du mauvais cacao, c'est à toute l'organisation que l'on nuit, car le prix qu'on a maintenant, on l'a parce que le cacao est bon. Si le cacao est mauvais, le prix baissera pour tous. Au final, durant une réunion de la zone j'ai demandé : « Ingénieur, on a reçu du mauvais cacao à l'usine ? » Il m'a répondu « Non ». [...] Tous les producteurs n'ont pas le même soin. Certains veulent récolter sans plus⁶⁵ (Entrevue, Rosa : F, 37).

La formalisation de la valeur collective de la petite agriculture se fait donc dans le contrôle de qualité effectué au centre de collecte. C'est également dans cette évaluation du travail des cacaoculteurs que s'articulent ou que se confrontent les valeurs des différents cadres moraux qui composent l'économie morale de la production du cacao fin. Le refus de certains cacaoculteurs de trier le cacao cultivé selon les standards proposés par la coopérative n'est pas dû à une incapacité de leur part, sinon à un positionnement moral. Pour en revenir à l'analyse de l'économie morale de Dimitra Kofti (2016), l'auteurice met l'accent sur les écarts qui peuvent prendre place entre les cadres moraux des acteurs et les valeurs de l'économie morale à laquelle ils participent. Ici, l'économie morale de la production du cacao fin comprend une interprétation de la collectivité qui met l'accent sur le travail conjoint des cacaoculteurs pour capter la valeur du cacao en amont, en fonction des critères des acheteurs, les chocolatiers. Cette économie morale

⁶⁵ «No te contaron ? Fue una experiencia dura al principio. El cacao era malo. Hubo muchos problemas con los productores, especialmente los más viejos. Como yo, si me dicen comentarios, no me voy a molestar porque me ayuda como productora. Siempre es necesario decir las cosas con calma, que la próxima vez, no voy a aceptarlo, no puedes entregar. Somos como familia, pero no puedo aceptar malo cacao. Tuvimos que repetir y repetir y rechazar cacao. Si aceptamos malo cacao, perjudica a toda la organización, porque el precio que tenemos ahora, lo tenemos porque el cacao es bueno. Si el cacao es malo, el precio va a bajar para todos. Al final, pregunté durante una reunión de la zonal: "Ingeniero, ¿hemos recibido malo cacao a la planta?" "No" me dijo. [...] No todos los productores tienen el mismo cuidado. Algunos quieren cosechar no más» (Entrevue, Rosa : F, 37).

est également composée des valeurs des cadres moraux familial et communautaire, soit la sécurité de l'unité familiale, ainsi que la souveraineté et l'indépendance de la communauté, spécialement par rapport aux ressources que ses membres utilisent pour la petite agriculture. Les cacaoculteurs peuvent donc mobiliser minimalement un de ces trois cadres pour rationaliser leur adhésion à l'association, ou bien en mobiliser plusieurs, à différents degrés selon leur implication dans les collectifs desquels ils font partie. Lorsque Rosa mentionne que certains agriculteurs ne veulent que récolter le cacao sans plus, elle n'a pas tort en ce que ces cacaoculteurs ne désirent probablement pas se spécialiser dans la culture et le tri du cacao, et cherchent simplement à remplir leurs obligations morales en tant que chefs de famille, en ramenant un revenu au foyer. Sans souscrire au cadre moral collectif de l'association, ces agriculteurs ont perçu dans la vente du cacao à la coopérative un moyen adapté à leurs besoins pour faire de la petite agriculture.

Dans les débuts de l'association, tous les agriculteurs n'ont pas immédiatement voulu devenir membres. Plusieurs commencent à semer du cacao dans le but de le vendre aux intermédiaires du village, comme Lucinda et María Lucía, et non à la coopérative. C'est le cas de Daniel, qui m'explique qu'il voulait semer une culture qui demandait moins de main-d'œuvre et de traitements post-récolte que le riz, qui demande un investissement pour les journaliers, ainsi que pour envoyer le riz au décorticage. Avec sa femme, ils commencent à semer du cacao à partir de fèves données par des voisins, puis plantent progressivement plus d'arbres en sélectionnant les fèves des plus grosses cabosses de leurs cacaoyers. C'est ensuite la femme de Daniel qui décide d'intégrer l'organisation, puisque les intermédiaires du village, s'ils achetaient le cacao frais ou sec, offraient un prix dérisoire pour le cacao frais. Elle devient membre de l'organisation pour vendre son cacao à meilleur prix, plus rapidement que si elle avait à le sécher. Lorsque la femme de Daniel décède, le statut de membre lui est transféré, mais ce dernier ne croit pas que son hectare de cacao, au prix offert par la coopérative, soit suffisant pour couvrir ses dépenses. Selon l'agriculteur, le problème n'est pas nécessairement le prix du cacao, sinon le manque de terres et l'augmentation du salaire des journaliers depuis que l'organisation a été créée, qui est passé de 15 soles en 2008 à 25 soles en 2017, et continue d'augmenter (Entrevue, Daniel : H, 72).

La façon dont Daniel et sa femme ont justifié leur inscription à l'APPAGROP coïncide purement avec le cadre moral familial. Le cacao leur permettait une plus grande rentabilité de leur terre et

sa culture répondait mieux aux ressources et à la main-d'œuvre que leur unité familiale disposait. Vendre le cacao à la coopérative plutôt qu'aux intermédiaires leur permettait d'accéder au capital plus rapidement et leur épargnait d'effectuer le séchage du cacao. Daniel, aux côtés de sa fille, effectue le triage du cacao conformément aux standards de la coopérative. Il se désole toutefois des pertes que cela lui engendre étant donné que près de la moitié de sa production est contaminée par la miride (Entrevue, Daniel : H, 72). Pour sa part, Rodrigo, le vérificateur actuel de l'association, écabosse les fèves avec sa femme et sa belle-mère. En dehors des récoltes, Rodrigo s'occupe de sa parcelle, ainsi que de celle de sa belle-mère. Tous ensemble, ils trient le cacao issu des récoltes des deux parcelles. La femme de Rodrigo, qui est professeure à l'école primaire, souligne l'importance de trier le cacao en famille : « *Debe ser un trabajo de familia sino, no funciona. Los peones no pueden desgranar* (Ce doit être un travail de famille, sinon ça ne fonctionne pas. Les journaliers ne peuvent pas écabosser) » (Discussion informelle). Ce sont majoritairement les membres de l'association, qui sont aussi les détenteurs des titres d'usage des parcelles, ou du moins un membre de leur famille, qui trient la production de cacao, puisque ce sont eux qui sont formés pour le faire, mais aussi parce qu'ils ne veulent pas risquer de voir leur cacao refusé au centre de collecte. Ce n'est pas nécessairement le cas pour d'autres cultures, comme les mangues, où les propriétaires ne participent pas toujours à la récolte, et peuvent se contenter de superviser les journaliers engagés.

La spécialisation du rôle des agriculteurs pour la production d'un lot de cacao pour le marché de niche implique que c'est le travail des producteurs qui est évalué, et non seulement les aliments produits, comme c'est le cas avec les cultures conventionnelles. La valorisation de la spécialisation peut entrer en conflit avec les cadres moraux familial et communautaire. Les valeurs de ces deux derniers cadres moraux induisent une frontière spécifique entre ce qui relève du privé et ce qui réfère à la communauté ou au collectif dans la pratique de l'agriculture. Alors que la défense et la gestion des ressources utilisées par tous sont une affaire communautaire, les pratiques agricoles et les économies qui en découlent demeurent des questions relativement privées, gérées par l'unité familiale uniquement. Le refus d'acheter du cacao non trié ou encore l'interdiction de fumiger les parcelles malgré la présence de mirides peuvent apparaître pour les producteurs comme une ingérence dans leurs économies, ou encore une critique de leurs

pratiques. Pour des producteurs comme Daniel, qui ont voulu s'épargner le séchage du cacao, le triage peut aussi représenter une tâche fastidieuse. De plus, à moins qu'ils ne soient journaliers sur les parcelles d'autres producteurs, la force de travail des agriculteurs n'est pas une marchandise complètement développée (Nugent 1988, 10), c'est-à-dire que les producteurs ne se versent pas de salaire à proprement parler, puisqu'ils conservent le profit réalisé, et ne travaillent pas nécessairement toute la journée. Au contraire des journaliers, leur travail n'est donc pas surveillé. Le fait d'évaluer le tri effectué par les producteurs et de justifier le prix supérieur obtenu collectivement en fonction de la réalisation de cette tâche donne indirectement une valeur monétaire à la force de travail des cacaoculteurs. Même si le travail des producteurs n'est pas directement surveillé, il est en partie soumis à une évaluation capitaliste et n'est donc plus seulement privé. Le travail agricole n'est alors plus seulement effectué pour l'unité familiale, mais pour tout le collectif, au sein duquel et pour lequel il sera évalué.

Le fait que ce soient surtout des producteurs plus âgés qui offrent de la résistance au triage peut avoir plusieurs causes. Pour des petits producteurs qui ont bénéficié de la réforme agraire et qui ont vécu l'adoption de semences améliorées avec la révolution verte, cultiver commercialement le cacao Blanco et devoir répondre d'un collectif de production peut paraître un non-sens. Ils gardent probablement un souvenir plus frais des problèmes de gestion qui ont mené les CAP et les SAIS à la parcellisation et sont plus méfiants à l'égard de la coopérative et réticents à user de leur force de travail pour aider la coopérative à faire du profit. Pour leur part, les producteurs les plus jeunes, soit ceux qui ont moins de 55 ans, ont plus souvent des familles en stade de croissance et dépendent moins de l'agriculture que les unités familiales dont le chef est plus âgé. La grande majorité dispose d'un revenu non agricole et vendre leur force de travail ne leur apparaît pas nécessairement comme une forme de soumission. Ils ont plus de chances de voir la spécialisation de leur rôle au sein de l'association comme de nouvelles compétences qu'ils peuvent commercialiser pour le bien de tous. Ils sont plusieurs à s'être inscrits à l'association pour assister aux formations, avec quelques cacaoyers sur leurs parcelles seulement et à peine quelques kilos à vendre à la coopérative (Entrevue, Alvaro : H, 46 ; Lucinda : F, 47 ; María Lucía : F, 43).

Pour les agriculteurs qui désirent se spécialiser, les valeurs collectives de l'association ne sont donc pas en contradiction avec celles des cadres moraux familial et communautaire. Au contraire, l'accès aux marchés de niche que permettent la spécialisation et la collectivisation de la petite agriculture représente le prolongement du rôle de la communauté. Les familles qui ont réussi à former l'APPAGROP à partir des réseaux de confiance communautaires (malgré les embûches et les conflits) et à fournir à Chililique son propre centre de collecte du cacao renouvellent ce que signifie le rôle du collectif et de la communauté pour la petite agriculture et les identités rurales qui y sont reliées. En allant chercher l'appui d'une organisation externe, les cacaoculteurs souhaitent se doter d'un outil pour adapter la petite agriculture aux réalités de la pluriactivité et de la nouvelle ruralité. Ils profitent ainsi de la facilitation des contacts avec les milieux urbains par l'amélioration des réseaux routiers et des nouvelles communications depuis les dernières décennies pour tisser des relations avec la coopérative et diversifier leurs activités agricoles tout en trouvant une place plus confortable au sein des économies capitalistes. La production de la localité par la concentration informelle des terres est ainsi formalisée dans l'APPAGROP et son affiliation à Norandino, puisque les agriculteurs vont chercher une articulation sûre aux marchés de niche, ainsi qu'un potentiel filet social qui leur permette d'absorber les coûts environnementaux liés à l'homogénéisation de l'agriculture de manière collective plutôt que familiale. Ils produisent alors une localité qui n'est plus seulement contextuelle à la région ou à la nation, mais plutôt à la sphère globale, puisque cette localité est à la fois spécialisée, collective, mais aussi naturalisée sous la forme du cacao Blanco, rendue appréhensible pour les acheteurs. Cette production de la localité et du collectif pour les marchés de niche permet aux agriculteurs de sécuriser le rôle de la petite agriculture dans la production de sujets ruraux, qui s'identifient à la vie rurale considérée plus saine et plus sécuritaire, en contraste avec la vie urbaine, même si cette dernière est pourtant de plus en plus entremêlée avec les modes de vie ruraux, qui dépendent de plus en plus de dynamiques migratoires et de patrons de double résidence (Diez 2014).

3.5 Conclusion

Dans ce chapitre, j'ai montré que l'économie morale de la production du cacao fin à Chililique est composée des valeurs des cadres moraux relatifs à trois types de collectifs : l'unité familiale, la

communauté paysanne et le collectif de production. Les cacaoculteurs peuvent mobiliser une ou plusieurs de ces valeurs afin de justifier leur participation à cette économie morale. Toutefois, la façon dont les valeurs du collectif de production sont redéfinies à travers la captation de la valeur capitaliste (Tsing 2017) du cacao fin peuvent entrer en conflit avec les valeurs des cadres moraux familial et communautaire. La valorisation de la spécialisation des agriculteurs tend à redéfinir la frontière entre les sphères privée et collective de l'agriculture qui a été négociée à travers la formation de la communauté paysanne, indiquant une fracture intergénérationnelle. En effet, la spécialisation et la collectivisation de l'agriculture dans le but de produire un lot de cacao Blanco homogène et commercialisable sur les marchés de niche entraînent le passage de la force de travail des agriculteurs d'une économie paysanne à une économie capitaliste, soumettant les cacaoculteurs inscrits, surtout ceux dont le seul revenu est agricole et qui tendent à être plus âgés, à un rapport de dépendance envers les autres membres de l'APPAGROP, et envers la coopérative et ses acheteurs. D'un autre côté, c'est également autour de la captation de la valeur du cacao que se constitue l'APPAGROP, qui constitue un outil de diversification agricole pour les agriculteurs, ainsi qu'une sécurité collective en matière d'articulation au marché, une innovation dans la communauté.

Ce n'est pas une petite affaire que de défendre un mode de vie axé sur la rentabilisation de *minifundios*, tout en élevant les standards de vie de l'unité familiale en matière de niveau d'éducation, d'accès aux services et de produits de consommation (Lastra 2014). La volonté des agriculteurs de réactualiser la petite agriculture pour consolider son rôle en tant que pilier dans le revenu des familles est un indicateur du fait que les identités rurales se renforcent et se renouvellent en rapport aux dynamiques migratoires entre les milieux urbains et ruraux. Dans le département de Piura, les réseaux familiaux s'étendent et les jeunes adultes quittent les communautés paysannes pour la ville plus par nécessité que par désir devant le manque d'opportunité de travail dans les communautés (Burneo et Trelles 2020, 18). Dans ces conditions, la petite agriculture et les économies familiales rurales se posent comme des ancrages identitaires forts et des idéaux de la vie la plus saine.

Synthèse et discussion

Dans cette étude ethnographique sur la filière de chocolat *bean-to-bar*, je me suis attelée à identifier les valeurs des économies morales (Scott 1976 ; Kofti 2016) auxquelles participent les acteurs aux extrémités de la filière, soit les chocolatiers et les cacaoculteurs. L'objectif de ce mémoire était d'analyser la manière dont deux économies morales, celle de la confection du chocolat *bean-to-bar* et celle de la production du cacao fin, s'articulent en lien avec le positionnement moral des chocolatiers en matière de transformation du cacao. C'est pourquoi j'ai décidé de suivre la trajectoire de la fève de cacao de l'atelier de chocolatiers montréalais jusqu'aux parcelles de production de cacaoculteurs, dans le département de Piura, au Pérou, en utilisant la méthode de l'ethnographie multisituée (Marcus 1995) et, plus précisément, la technique de construction « suivre l'objet (*follow the thing*) », me positionnant en continuité avec l'approche de Sindy Mintz (1986). À l'aide de cette méthode, j'ai constitué mon objet de recherche en suivant une trajectoire verticale qui m'a permis de distinguer les moments clés de la production et de la transformation du cacao.

En analysant les opérations effectuées par les chocolatiers sur le cacao pour le transformer en chocolat *bean-to-bar*, j'ai constaté qu'elles n'étaient pas fondamentalement différentes de celles réalisées pour confectionner un chocolat conventionnel, et que c'était plutôt l'approche des chocolatiers *bean-to-bar* envers ces méthodes qui les caractérisait. Devant ce constat, il m'est apparu que le projet des chocolatiers *bean-to-bar* relevait plus d'un positionnement moral que de marqueurs techniques qui pourraient le différencier de la filière de chocolat conventionnelle. Le chocolat devenait donc le médium des valeurs (Graeber 2001) que mettaient de l'avant les chocolatiers. Pour identifier ces valeurs, j'ai divisé leur travail selon les trois types d'interactions rythmant leurs rapports avec les acteurs humains et non-humains de la filière, c'est-à-dire avec les cacaoculteurs et la matière première. En me basant sur des données collectées auprès des chocolatiers de la compagnie montréalaise Qantu, j'ai montré que lorsque les chocolatiers *bean-to-bar* transforment le cacao, ils adoptent une posture artisanale et orientent leurs méthodes selon des valeurs d'adaptabilité et d'authenticité par rapport à la matière première. Lorsqu'ils

choisissent quelle matière première ils transformeront, ils valorisent la rareté et la conservation des fèves de cacao. Finalement, lorsqu'ils doivent établir des liens commerciaux avec des cacaoculteurs, ils le font sur la base de rapports de transparence et valorisent l'expertise des producteurs par rapport à la transformation du cacao en développant des relations de confiance et en les rémunérant en conséquence, créant un marché du cacao fin distinct du marché du cacao conventionnel. Mises ensemble, toutes ces valeurs orientent les relations entre les chocolatiers et la matière première, et entre les chocolatiers et les cacaoculteurs, assignant des rôles à chacun et formant une économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar* qui part d'une éthique gustative développée par les chocolatiers.

En constatant que les producteurs de cacao entretenaient une vision bien différente de celle des chocolatiers en ce qui a trait à leur travail et au cacao, j'ai décidé, pour la seconde étape de ce mémoire, de définir quel était le rôle des cacaoculteurs dans l'économie morale de la production du cacao fin pour le mettre en parallèle avec celui que les chocolatiers leur assignaient. Pour ce faire, j'ai effectué une collecte de données auprès d'une association de cacaoculteurs située dans le village de la communauté paysanne de Chililique Alto, dans le nord du Pérou. Rapidement, j'ai constaté que les agriculteurs n'endossent pas qu'un seul rôle, mais au moins trois en rapport avec la culture du cacao, soit celui de chef de famille, de membre de leur communauté paysanne, ainsi que de cacaoculteur de leur association locale, affiliée à la coopérative Norandino. Puisque les producteurs occupent un rôle au sein de tous ces groupes, l'économie morale de la production du cacao fin tire des cadres moraux qui régissent les relations au sein de ces groupes. En produisant du cacao, les producteurs remplissent un ou plusieurs de ces rôles en concordance avec les valeurs qui s'y rattachent. Ils cherchent à assurer la sécurité et la subsistance des membres de leur famille, à maintenir des rapports communautaires basés sur la tranquillité à l'intérieur comme à l'extérieur des frontières de la communauté paysanne ainsi qu'à affirmer l'indépendance de cette dernière vis-à-vis des autres instances décisionnelles. Finalement, ils peuvent aussi désirer se spécialiser en tant qu'agriculteurs au sein de l'association de production et prôner l'importance du pouvoir collectif dans l'avenir économique de la région. À travers la réalisation de tous ces rôles, les producteurs créent et participent à une économie morale de la production du cacao fin.

Le projet collectif de production de cacao Blanco leur permet de renouveler une petite agriculture précaire en raison de la fragmentation territoriale et du manque d'appui de l'État envers les petits agriculteurs et les milieux ruraux de manière générale, le tout en tirant avantage du phénomène de la nouvelle ruralité (Diez 2014). En août 2021, le gouvernement Castillo, tout récemment élu, a d'ailleurs fait adopter la loi 31335 afin de réformer le régime de coopératives agraires et l'adapter aux nouvelles réalités associatives. Début octobre de la même année, Castillo s'est adressé à la nation en inscrivant ces nouvelles mesures dans son plan pour une deuxième réforme agraire. Comme l'écrit María Luisa Burneo (2021), ces mesures visent à mettre la petite agriculture et l'agriculture familiale au centre d'un plan national de développement du secteur agricole. Ce que propose le nouveau gouvernement est très semblable à ce qu'offrent déjà des acteurs comme Norandino, qui viennent justement combler les lacunes de l'État en matière de support aux petits producteurs. On parle de promotion de l'associativité, d'amélioration des infrastructures hydrauliques, de plus d'accès à du financement, à de l'assistance technique et au marché, des mesures qui, en résumé, correspondent aux raisons pour lesquelles les agriculteurs de Chililique se sont associés avec la coopérative de services (Burneo 2021). Bien qu'il soit difficile de généraliser les résultats d'une étude de cas comme celle réalisée dans le cadre de ce mémoire, il demeure que le projet des agriculteurs de Chililique répond à des besoins qui, eux, sont bien généralisables à la petite agriculture péruvienne depuis des décennies, puisqu'ils sont justement adressés en ce moment par l'État et que des acteurs se sont développés entre-temps pour les combler.

L'économie morale de la production du cacao fin telle qu'elle est développée à Chililique est une des façons de répondre à ces enjeux. Elle est une négociation entre les conditions de production des agriculteurs, leurs obligations familiales et communautaires et les limites auxquelles ils font face en matière de commercialisation de leurs produits. Chacun de leur côté, les cacaoculteurs et les chocolatiers ont des objectifs différents qu'ils cherchent à atteindre en créant une filière commune. Le projet des chocolatiers *bean-to-bar* indique que le goût peut devenir une question morale qui impulse des questions relatives à la conservation de la biodiversité cacaoyère, à l'agriculture durable et à la mise en valeur des connaissances et des compétences des cacaoculteurs. Leur approvisionnement en ingrédients de qualité et la pérennité du chocolat tel

qu'ils le redéfinissent dépendent de ces défis. Pour les cacaoculteurs, répondre à ces demandes en matière d'agriculture biologique, de standards de qualité et d'amélioration du cacao Blanco est un moyen de trouver une place plus confortable au sein du capitalisme, ce qui indique à la fois un renouvellement des identités rurales et un effacement des logiques paysannes, malgré les résistances de certains producteurs envers ces nouvelles logiques commerciales de production de la localité. Comment le malentendu sur lequel se forme la rencontre entre ces deux mondes peut nous informer sur la manière dont s'articulent les économies morales de la production du cacao fin et du chocolat *bean-to-bar* et que signifie cette articulation pour la gouvernance au sein de la filière ?

Comme je l'ai expliqué dans le premier et le deuxième chapitre de ce mémoire, les chocolatiers *bean-to-bar* constituent une filière orientée autour d'une éthique gustative par laquelle ils souhaitent déconstruire les relations de domination entre les acteurs de la filière, celles mêmes qui sont héritées de l'histoire coloniale de la filière de chocolat conventionnelle. Une des façons dont ils s'y prennent est en valorisant des rapports de transparence avec les cacaoculteurs, par exemple, en réduisant le nombre d'intermédiaires. Dans le cas de Qantu, les chocolatiers achètent directement de la coopérative Norandino, qui commercialise le cacao de plusieurs associations membres, dont celle de Chililique. Comme je l'ai posé dans la dernière section du troisième chapitre, ces rapports de transparence et de valorisation du travail des cacaoculteurs et de la variété qu'ils produisent reposent sur un rapprochement de l'évaluation capitaliste des fèves de leur lieu de production.

Cette évaluation permet de capter la valeur du cacao au centre de collecte, permettant aux agriculteurs de disposer de l'accès local et stable au marché qui leur est nécessaire pour renouveler la petite agriculture en produisant leur localité sur la scène globale, soit en projetant une identité collective et localisée vers l'international. Pour les chocolatiers, le rapprochement de cette captation de la valeur leur fournit la traçabilité et la transparence qui sont essentielles pour eux dans l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar*. En effet, la traçabilité des fèves permet aux chocolatiers d'entretenir un contact plus étroit avec les cacaoculteurs et la matière première, ce dont ils ont besoin pour mettre en œuvre les pratiques suivant les valeurs de l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar*. Cette traçabilité leur permet

d'effectuer le choix d'un cacao en fonction d'une variété spécifique ou selon les procédés de traitement post-récolte des producteurs. L'évaluation capitaliste des fèves de cacao le plus tôt possible dans la filière permet de traduire les fèves de cacao produites par tous les producteurs, au sein d'économies familiales diverses, en un lot intelligible pour les chocolatiers et pour leurs consommateurs. Récolte après récolte, la constitution de ce lot de fèves homogènes et traçables à leur lieu de culture contribue à produire une localité cacaoyère, qui est créée dans l'articulation entre les deux économies morales.

Dans le cas du cacao de Chililique, chaque lot est issu d'une organisation de production dont l'échelle géographique est en partie déterminée par la répartition territoriale du cacao Blanco, mais dont les frontières adoptent surtout la forme des réseaux de confiance familiaux et communautaires. Le cacao est donc le produit d'une organisation qui se greffe à la communauté et qui est formée autour d'un projet collectif, politique et économique. Toutefois, lorsque ce cacao est évalué pour être mis en commun, il devient lui-même un marqueur de son lieu d'origine. L'évaluation capitaliste agit à titre de procédé métonymique au court duquel le cacao entame sa trajectoire en tant que référent gustatif d'une région donnée. Maintenant que les agriculteurs de Chililique ont produit le cacao pour assurer leur reproduction sociale, c'est au tour du cacao d'être utilisé comme médium pour produire Chililique en tant que localité cacaoyère, distincte des autres origines de cacao. Cette traduction a pour effet de naturaliser la catégorie de localité cacaoyère dans l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar*. Le lieu d'origine devient une catégorie naturelle, mise en valeur par une organisation de cacaoculteurs, alors que pour les producteurs, la zone de production est avant tout sociale et politique, déterminée par leur décision de former une association.

Je veux analyser ce malentendu productif (Salhins dans Mörike 2016, 146) à la lumière de l'utilisation que fait Anna Tsing (2017) de la captation de la valeur. En décrivant les employés temporaires qui trient les champignons matsutakes, Tsing écrit : « C'est précisément parce qu'ils ne possédaient aucune connaissance ou ne portaient aucun intérêt à la manière dont les champignons étaient arrivés jusque-là qu'ils étaient capables de les purifier pour en faire un stock » (Tsing 2017, 200). Au contraire des trieurs de champignons, les cacaoculteurs savent très bien comment les fèves de cacao sont arrivées au centre de collecte. Ce qu'ils ignorent, ce sont

les raisons qui font que leur cacao est si populaire auprès des chocolatiers *bean-to-bar*. Ils trient le cacao en ne gardant que le meilleur, mais ils ne pourraient nommer les saveurs qui font que la variété qu'ils cultivent est si unique, puisque, paradoxalement, ces qualités naturelles émergent dans la transformation. De l'autre côté, les chocolatiers peuvent difficilement appréhender les processus sociaux qui rendent le lieu où est cultivé le cacao qu'ils achètent aussi unique pour les producteurs qui y vivent. Alors que pour les chocolatiers, c'est le cacao et sa variété qui valorisent la localité et la définissent, dans ce cas-ci, les frontières naturelles du cacao Blanco, pour les producteurs, c'est plutôt le lieu et ses caractéristiques qui valorisent le cacao. Les fèves deviennent donc plus que le médium de saveurs. Elles transmettent les qualités mêmes du territoire et la pérennité de la petite agriculture dans une localité où, tous les jours, les *comuneros* réaffirment comment la vie est tranquille grâce à la ronde paysanne, saine grâce à l'air pur et à la bonne nourriture de la parcelle irriguée à l'eau douce de la rivière. Peut-être cette valorisation du territoire consiste en une des raisons qui font que certains producteurs ont autant de mal à trier le cacao, puisque même les fèves les plus petites sont encore entremêlées dans les économies familiales et paysannes de la petite agriculture, au sein desquelles tout trouve utilité, où les pertes du cacao sont vendues aux intermédiaires ou transformées en chocolat à boire.

Ce malentendu entre les deux extrémités de la filière tient dans la façon dont les deux économies morales s'articulent. L'évaluation des fèves, donc leur traduction d'une économie morale à l'autre, est effectuée lorsque les producteurs déposent leur cacao au centre de collecte pour le vendre à la coopérative. Avant que le cacao soit fermenté ou séché, le rôle de la majorité des cacaoculteurs est déjà accompli. Ils ont individuellement vendu leur récolte, leur permettant de varier leurs revenus et d'assurer une certaine sécurité financière aux membres de leur famille. Ils ont vendu ce cacao à la coopérative à travers un collectif de production qu'ils ont eux-mêmes formé, se dotant du même coup d'un centre de collecte local qui leur permet de s'articuler aux marchés de niche depuis la communauté. Ils se sont collectivement spécialisés dans l'agriculture biologique et dans celle du cacao Blanco et viennent récolter les fruits de leur travail. À ce stade, la valorisation de l'expertise des cacaoculteurs par les chocolatiers tient en réalité surtout au travail d'un seul membre de l'association, qui est le fermentateur formé par Norandino. Sous le

filtre de l'économie morale des chocolatiers *bean-to-bar*, tout ce qui est effectué avant est plutôt valorisé par rapport au travail d'amélioration et de conservation du cacao Blanco.

Encore une fois, la définition de valeur en tant qu'action de Graeber permet d'appréhender ce phénomène d'articulation. Le cacao est le médium matériel du travail des cacaoculteurs et les deux sont donc indissociables. Pour les chocolatiers, le lot composé a de la valeur non pas parce qu'il est trié et évalué par les cacaoculteurs, mais parce que ce travail a le potentiel de transformer des fèves hétérogènes et imparfaites en un lot relativement homogène qui représente le meilleur de ce que les producteurs ont cultivé durant les dernières semaines, une version idéale de ce que la région offre comme variétés de cacao. C'est ce potentiel qui a de la valeur pour le propre travail de transformation des chocolatiers et c'est pourquoi toutes les tâches des cacaoculteurs qui précèdent le traitement post-récolte sont naturalisées au sein de l'économie morale de la confection de chocolat *bean-to-bar*. Du point de vue des chocolatiers, la valeur du cacao est en partie créée dans toutes ces actions des cacaoculteurs, que les chocolatiers n'ignorent pas nécessairement, mais qui sont gommées dans cette valorisation du potentiel naturel des fèves. Les cacaoculteurs sont donc présentés comme les gardiens de ce cacao Blanco, un rôle qui, sans s'opposer à ceux que les cacaoculteurs endossent au sein de l'économie morale à laquelle ils participent, ne leur correspond pas vraiment.

Anna Tsing parle de traduction comme de « l'opération par laquelle le processus d'un monde-en-construction se laisse entraîner dans un autre » (2017, 106). La traduction des fèves en un lot commercialisable et défini par son origine présente cet effet d'entraînement du projet des agriculteurs de Chililique dans celui des chocolatiers *bean-to-bar*. Les chocolatiers, en participant en même temps qu'ils la créent à l'économie morale de la confection du chocolat *bean-to-bar*, attribuent un rôle aux cacaoculteurs. Les relations commerciales qu'ils entretiennent avec ces derniers sont donc conditionnées par le fait que les cacaoculteurs remplissent ce rôle. Si quelques producteurs de cacao reconnaissent maintenant l'importance de l'agriculture biologique et d'une fermentation homogène des fèves de cacao pour leur saveur, c'est surtout le résultat de leurs contacts avec la coopérative et de leur expérience nouvelle avec ces pratiques. À Chililique, la mise en valeur du cacao selon des principes de conservation de la biodiversité et d'adaptabilité au potentiel gustatif des fèves relève plus d'une nécessité de répondre aux besoins de la petite

agriculture en mettant sur pied un projet collectif de commercialisation du cacao, que d'un désir de produire un ingrédient relevant de la fine gastronomie. Ultimement, la production du cacao fin permet aux agriculteurs de produire leur localité en constituant des sujets ruraux et en renouvelant les modes de vie agricoles pour les adapter aux conditions de l'économie capitaliste.

Avec cette étude de cas de la filière *bean-to-bar*, j'ai montré que le concept d'économie morale est un outil qui permet d'analyser les économies capitalistes et leur articulation avec des économies comme celles de la petite agriculture péruvienne, à la fois commerciales et paysannes, que Tsing nommerait précapitalistes (Tsing 2017). Ici, les petits propriétaires s'articulent à une filière internationale alternative, mais tout de même capitaliste, dans le but de répondre au principe sécuritaire de leur économie morale. Suivant cette valeur de sécurité, ils utilisent l'agriculture pour obtenir à la fois un revenu, une source de subsistance et un filet social pour les membres de leur famille. La manière dont James C. Scott pose l'économie morale comme une notion de justice économique défensive doit être dépassée. Les paysans ne l'utilisent pas seulement pour s'opposer au capitalisme lorsque leur droit à la subsistance est menacé. Comme le montre l'exemple des cacaoculteurs de Chililique, la manière dont les valeurs de l'économie morale de la production du cacao fin orientent leurs rapports économiques induit un équilibre qui leur permet de mettre en œuvre des économies hybrides à la fois paysannes et commerciales au sein desquelles ces dynamiques s'imbriquent et se nourrissent. Dans ce cadre, l'économie morale devient un outil analytique qui permet de rendre compte de ces dynamiques pour elles-mêmes et non seulement par rapport au capitalisme.

L'approche de Scott pose des limites, mais elle permet aussi de considérer les phénomènes de changement. Dans mon analyse, j'ai fait ressortir la façon dont les économies morales s'emboîtent dans la filière et créent des rapports de gouvernance selon des jeux d'échelle. Selon Birgit Müller, James C. Scott aborde la résistance comme « la capacité des groupes dominés d'inverser et de nier l'idéologie officielle. [...] La plasticité d'une idéologie hégémonique qui, par définition, prétend servir les vrais intérêts des groupes subordonnés, permet aux subordonnés de s'en servir pour faire valoir leurs propres intérêts tout en gardant les formes du discours officiel. » (Müller 1992, 2). Les économies morales sont l'incarnation des idéologies dans la pratique, une négociation entre différents cadres moraux qui relèvent d'idéologies dominantes

et subordonnées et qui, comme l'écrit Kofti (2016), reflètent les limitations et les motivations des acteurs qui y participent.

Les économies morales peuvent donc aussi être analysées en fonction de leur plasticité et de leur appropriation par les acteurs de la filière pour comprendre leurs rapports de gouvernance. Les chocolatiers *bean-to-bar* permettent l'élaboration d'une nouvelle économie morale qui remet en question le postulat de l'industrie conventionnelle selon lequel le cacao ne peut être transformé qu'en fonction d'un éventail très limité de saveurs. Ce faisant, ils s'emparent des procédés industriels qu'ils revisitent pour mettre de l'avant leur art (*craft*), le cacao comme une matière biodiverse et le travail des cacaoculteurs comme faisant partie du travail de confection. L'économie morale qu'ils développent vise en partie à favoriser les cacaoculteurs. Pourtant, des agriculteurs influents dans leur communauté s'emparent du rôle que leur attribuent les chocolatiers pour répondre à leurs propres intérêts et remplir les différents rôles qu'ils exercent déjà dans leur famille et dans la communauté paysanne. Ils créent ainsi une autre économie morale qu'ils articulent à la première et qui a pour effet de créer une nouvelle trame narrative. Ce faisant, ils réencadrent la commercialisation de la dimension collective de l'agriculture comme étant la voie la plus efficace en matière de développement économique local. Finalement, les agriculteurs qui s'inscrivent plutôt dans des logiques paysannes, et qui ne voient pas leur travail comme étant une marchandise qui puisse être commercialisée, finissent par s'articuler à ces logiques commerciales en intégrant l'association, mais non sans résistance.

En résumé, la gouvernance de la filière *bean-to-bar* part de la demande des chocolatiers pour du cacao fin. Il demeure que des agriculteurs voient en la commercialisation de leur cacao pour la filière *bean-to-bar* un modèle suffisamment flexible pour l'adapter à leurs intérêts. Cela montre que le projet des chocolatiers atteint en partie l'objectif de développer des relations avec les cacaoculteurs qui ont plus de chances de rejoindre les attentes de tous. Les agriculteurs de Chililique, de leur côté, exercent également une forme de gouvernance au sein de l'association qui permet au plus grand nombre possible de producteurs d'accéder au marché de niche du cacao fin, mais qui, de l'autre côté, fait ressortir les disparités déjà présentes dans la communauté et alentour. La façon dont les économies morales sont articulées dans la filière *bean-to-bar* et le rôle contraignant qu'assignent les chocolatiers aux cacaoculteurs contribuent certes à l'exacerbation

du clivage entre dynamiques paysannes et commerciales. Cependant, il serait injuste de pointer du doigt la filière *bean-to-bar* alors que la friction qu'elle engendre à Chililique est due aux problèmes mêmes auxquels ses acteurs tentent de remédier. En effet, les tensions entre les cacaoculteurs de l'association sont surtout symptomatiques du déficit en matière de politiques agricoles et de services publics qui s'offrent aux agriculteurs pour rentabiliser les parcelles et disposer d'un filet social. La culture du cacao fin pour Norandino représente la seule option qui offre les deux à la fois.

Peut-être que si les options étaient plus diversifiées, des agriculteurs ne sentiraient pas le besoin de participer à une économie morale en partie dissonante avec leur propre cadre moral. Comme le dit Elfi à l'atelier de Qantu : « Le prix du cacao ne sera jamais assez haut. » En connaissance de cause, la chocolatière d'origine péruvienne fait référence à la nécessité pour les citoyens du Pérou d'économiser à la fois pour les soins de santé, l'éducation et la retraite. Adresser des enjeux comme le prix des produits agricoles, l'assistance technique, l'accès au marché et au crédit à travers des acteurs comme la coopérative Norandino et la filière *bean-to-bar* représente un point de départ plus que prometteur, mais ces mesures ne pourront montrer leur plein potentiel que lorsque des problèmes structurels comme la fragmentation des terres, l'accès à plus de services en campagne et un appui de l'État à la petite agriculture seront également adressés. Il reste à espérer que les mesures de la seconde réforme agraire proposée par le gouvernement Castillo quelques semaines avant la clôture de ce mémoire apporteront des résultats en ce sens.

Il faut aussi mentionner que l'embourgeoisement du chocolat engendré par le mouvement *bean-to-bar* rend floue la distinction entre les discours de vente et les pratiques éthiques des chocolatiers. Au fur et à mesure que des chocolatiers se réclament du mouvement *bean-to-bar*, l'expression devient elle-même un gage de pratiques éthiques et artisanales et les chemins se tracent pour que plus d'entreprises se glissent dans l'aventure sans nécessairement entretenir une conduite éthique avec une ligne aussi claire que celle que suivent les chocolatiers de Qantu, par exemple. Le fait que la filière *bean-to-bar* puisse être sujette à de telles dérives, exactement comme le sont les filières équitables et conventionnelles que les chocolatiers *bean-to-bar* pointent pourtant du doigt, indique que le rôle des consommateurs présente de nombreuses limites dans la responsabilisation des entreprises par rapport aux autres acteurs de la filière,

humains ou non humains, spécialement si ces derniers sont répartis à travers le globe. Sans la présence d'acteurs qui s'assurent de redistribuer la valeur le long de la filière, comme Norandino ou Qantu, un modèle de filière alternative, même s'il repose sur une éthique gustative, risque de reproduire des rapports de force semblables à ceux des filières conventionnelles. Malgré tout, le cacao Blanco continue à former un pont entre les cacaoculteurs de Chililique et les amateurs de chocolat à travers le globe, les chocolatiers *bean-to-bar* les premiers.

Références bibliographiques

Aguirre G., Manuel. 2019. « Estudio sobre la certificación de Comercio Justo Fairtrade en Piura ». CIPCA. <http://www.cipca.org.pe/documento/estudio-sobre-la-certificación-de-comercio-justo-fairtrade-en-piura>.

Aldana Rivera, Susana. 1988. *Empresas coloniales : Las tinajas de jabón en Piura*. Nouvelle édition [en ligne]. Lima: Institut français d'études andines. <http://books.openedition.org/ifea/1882>.

———. 2017. « Liberalismo, economía y región: el escenario norteño entre 1840 y 1930 ». In *Historia económica del norte peruano: señoríos, haciendas y minas en el espacio regional*, édité par Carlos Contreras Carranza et Elizabeth Hernández García, 189-251. *Historia Económica* 29. Lima: IEP ; BCRP.

Apel, Karin. 1996. *De la hacienda a la comunidad : la sierra de Piura 1934-1990*. Nouvelle édition [en ligne]. Travaux de l'IFEA. Lima: Institut français d'études andines. <http://books.openedition.org/ifea/2519>.

Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Public Worlds 1. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Arevalo-Gardini, Enrique, Lyndel W Meinhardt, Luis C Zuñiga, Juan Arévalo-Gardini, Lambert Motilal, et Zhang Dapeng. 2019. « Genetic identity and origin of “Piura Porcelana”—a fine-flavored traditional variety of cacao (*Theobroma cacao*) from the Peruvian Amazon ». *Tree Genetics & Genomes* 15 (11). <https://doi.org/10.1007/s11295-019-1316-y>.

Argout, Xavier, Olivier Fouet, Patrick Winker, Karina Gramacho, Thierry Legavre, et Xavier Sabau. 2008. « Towards the understanding of the cocoa transcriptome: Production and analysis of an exhaustive dataset of ESTs of *Theobroma cacao* L. generated from various tissues and under various conditions ». *BMC Genomics* 9 (512). <https://doi.org/10.1186/1471-2164-9-512>.

Asociación Peruana de Productores de Cacao. 2017. *Historias de éxito cacao Piura*. Piura, Pérou. <https://www.youtube.com/watch?v=JAMyOmfFtus>.

Bair, Jennifer. 2009. « Global commodity chains : genealogy and review ». In *Frontiers of commodity chain research*, 1-34. Stanford: Stanford University.

Barrantes, Roxana, Ricardo Cuenca, et Jorge Morel. 2012. *Las posibilidades del desarrollo inclusivo: dos historias regionales*. Serie Estudios sobre Desigualdad 04. Lima: IEP. <https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/handle/IEP/604/estudiosobredesigualdad4.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.

Beckett, Stephen T. 2017. « Traditional chocolate making ». In *Beckett's Industrial Chocolate Manufacture and Use*, 5e Édition, 1-8. Chichester R.-U.: Wiley-Blackwell.

Beckett, Stephen T., Mark S. Fowler, et Gregory R. Ziegler. 2017. *Beckett's Industrial Chocolate Manufacture and Use*. 5e Édition. Chichester R.-U.: Wiley-Blackwell.

Bennett, Alan B. 2003. « Out of the Amazon: Theobroma cacao enters the genomic era ». *TRENDS in Plant Science* 8 (12): 561-63. <https://doi.org/10.1016/j.tplants.2003.10.004>.

Berlan, Amanda. 2012. « Good chocolate? An examination of ethical consumption in cocoa ». In *Ethical Consumption: Social Value and Economic Practice*, édité par James G. Carrier et Peter G. Luetchford, Berghahn Books, 45-59. Oxford.

Biénabe, Estelle, Patrick Caron, Denis Loeillet, et Rival Alain. 2017. « Introduction ». In *Sustainable Development and Tropical Agri-chains*, édité par Estelle Biénabe, Alain Rival, et Denis Loeillet, 1-16. Dordrecht, Netherlands : Springer Nature, Versailles: Éditions Quæ.

Bonnat Chocolatier. 2015. « Histoire ». Bonnat Chocolatier. 2015. <https://bonnat-chocolatier.com/fr/histoire>.

Boza, E.J., J. Motamayor, F.M. Amores, S. Cedeño-Amador, C.L. Tondo, D.S. Livingstone, R.J. Schnell, et O.A. Guitiérrez. 2014. « Genetic Characterization of the Cacao Cultivar CCN 51: Its Impact and Significance on Global Cacao Improvement and Production ». *Journal of the American Society for Horticultural Science J. Amer. Soc. Hort. Sci.* 139 (2): 219-29.

Burneo de la Rocha, María Luisa. 2016. « Cooperativismo, comunidades y minifundio: el Bajo Piura, cuarenta años después de la reforma agraria ». *Revista Agraria*, n° 182: 14-16.

Burneo, María Luisa. 2019. « La Reforma Agraria desde abajo. Lucha por la tierra, excooperativistas y parcelación entre los comuneros de Catacaos, Piura ». *Revista Argumentos* 2 (13): 19-29.

———. 2021. « La necesidad de una mirada más amplia para la segunda reforma agraria ». Instituto de Estudios Peruanos. *Crítica y Debates* (blog). 5 octubre 2021. <https://iep.org.pe/noticias/la-necesidad-de-una-mirada-mas-amplia-para-la-segunda-reforma-agraria-por-maria-luisa-burneo/>.

Burneo, María Luisa, et Abdul Trelles. 2020. *Migración de retorno en el Alto Piura en el contexto de la pandemia por la Covid-19*. Piura: CIPCA. <http://www.cipca.pe/documento/migración-de-retorno-en-el-alto-piura-en-el-contexto-del-covid-19>.

Camacho Villa, Tania Carolina, Nigel Maxted, Maria Scholten, et Brian Ford-Lloyd. 2006. « Defining and identifying crop landraces ». *Plant Genetic Resources* 3 (3): 373-84. <https://doi.org/10.1079/PGR200591>.

Carrier, James G. 2017. « Moral economy : What's in a name ». *Anthropological Theory* 18 (1): 18-35. <https://doi.org/10.1177/1463499617735259>.

CEPES. 2009. « Especial: Concentración de la tierra ». *La Revista Agraria* 107 (mai): 7-19.

Che Piu, Piero. 2021. « El indispensable Limón: Llegó a Piura con los conquistadores y lleva medio milenio perfeccionándose ». *InfoMercado*, 6 janvier 2021, sect. Sectores. <https://infomercado.pe/el-indispensable-limon-llego-a-piura-con-los-conquistadores-y-lleva-medio-milenio-perfeccionandose/>.

Chrétien, Daniel. 2020. « J'ai changé de vie pour devenir fabricante de chocolat: le parcours de Christine Blais ». *Châtelaine*, 2020. <https://fr.chatelaine.com/societe/jai-change-de-vie-pour-devenir-fabricante-de-chocolat-le-parcours-de-christine-blais/>.

Coe, Sophie D., et Michael D. Coe. 2007. *The True History of Chocolate*. Second Edition. London: Thames and Hudson.

Collin-Delavaud, Claude. 1976. « Consecuencias de la modernización de la agricultura en las haciendas de la costa norte del Perú ». In *Hacienda, comunidad y campesinado en el Perú*, 2e édition, 139-75. Perú Problema 3. Lima: Instituto de Estudios Peruanos. <https://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/677>.

Córdova Rengifo, Javier. 2015. « Adaptación a la sequía en el caserío Tucaque, distrito de Frías, Ayabaca - Piura dentro de un contexto de cambio climático ». *Espacio y Desarrollo*, n° 27: 33-58.

Cotler, Julio, Rodrigo Barrenechea, Marisa Glave, Romeo Glompone, et María Isabel. 2009. « Poder y Cambio en las Regiones ». Documento de trabajo 154. Serie Sociología y Política. Lima: IEP, PNUD. <https://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/992>.

Cuatrecasas, José. 1964. *Cacao and Its Allies: A Taxonomic Revision of the Genus Theobroma*. Washington: Smithsonian Institution.

Dandelion Chocolate. 2018. « Sourcing Report ». San Francisco. <http://www.dandelionchocolate.com/2019/09/11/2017-2018-sourcing-report-ready/>.

Degregori, Carlos Iván. 2000. « Panorama de la antropología en el Perú : del estudio del otro a la construcción de un nosotros diverso ». In *No hay país más diverso : compendio de antropología peruana*, édité par Carlos Iván Degregori, 20-73. Perú Problema 27. San Miguel, Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Diez, Alejandro. 2014. « Cambios en la ruralidad y en las estrategias de vida en el mundo rural. Una relectura de antiguas y nuevas definiciones ». In *Perú: El Problema Agrario en Debate. SEPIA XV /Seminario Permanente de Investigación Agraria*, édité par Alejandro Diez, Ernesto Raez, et Ricardo Fort, 19-85. Lima: SEPIA. <https://sepia.org.pe/publicaciones/peru-el-problema-agrario-en-debate-sepia-xv-chachapoyas-2013/>.

Diez Hurtado, Alejandro. 1998. *Comunes y haciendas : procesos de comunalización en la Sierra de Piura (siglos XVIII al XX)*. Archivos de historia andina 31. Piura: CBC - CIPCA.

Direct Cacao. 2012. « Declaration ». Direct Cacao. 2012. <http://www.directcacao.org/declaration/>.

Duchesne, Émile. 2018. « « Le territoire c'est la valeur » : Production de personne et transformation de dons en marchandises chez les Innus d'Unamen Shipu (La Romaine) ». *Recherches amérindiennes au Québec*, 2018.

Edelman, Marc. 2012. « E.P. Thompson and Moral Economies ». In *A Companion to Moral Anthropology*, Wiley-Blackwell, 633. Blackwell Companions to Anthropology. Oxford: Didier Fassin.

Eguren, Fernando. 2009. « La reforma agraria en el Perú ». Édité par CEPES. *Debate Agrario*, n° 44: 63-100.

État de choc. 2021. « Page d'accueil ». État de choc. 2021. <https://www.etatdechoc.com/fc/>.

FAO. 2017. « FAOSTAT ». Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/faostat/en/#data>.

Fassin, Didier. 2012. « Introduction : Toward a Critical Moral Anthropology ». In *A Companion to Moral Anthropology*, Wiley-Blackwell, 633. Blackwell Companions to Anthropology. Didier Fassin.

Fowler, Mark S., et Fabien Coutel. 2017. « Cocoa beans: from tree to factory ». In *Beckett's Industrial Chocolate Manufacture and Use*, 5e Édition, 9-49. Chichester R.-U.: Wiley-Blackwell.

García, Rita. 2016. « Bosque seco de Chililique Alto es declarado Área de Conservación Privada ». *Walac Noticias*, 2016, [en ligne] édition. <https://walac.pe/bosque-seco-de-chililique-alto-es-declarado-area-de-conservacion-privada/>.

Garcia-Parpet, Marie-France. 2009. *Le marché de l'excellence : Les grands crus à l'épreuve de la mondialisation*. Paris: Seuil.

Giller, Megan. 2017. *Bean to Bar Chocolate : America's Craft Chocolate Revolution*. Storey Publishings. North Adams, MA.

Götz, Norbert. 2015. « 'Moral economy': its conceptual history and analytical prospects ». *Journal of Global Ethics* 11 (2): 147-62. <https://doi.org/10.1080/17449626.2015.1054556>.

Graeber, David. 2001. *Toward an Anthropological Theory of Value : The False Coin of Our Own Dreams*. New York: Palgrave. https://monoskop.org/images/3/36/Graeber_David_Toward_an_Anthropological_Theory_of_Value.pdf.

Grupo Técnico de Diversidad Biológica, Comisión Ambiental Regional (CAR Piura), et Naturaleza y Cultura Internacional. 2012. « Estrategía Regional y Plan de Acción para la Conservación de la Diversidad Biológica de la Región Piura ». Piura.

Guthman, Julie. 2009. « Unveiling the unveiling : Commodity chains, commodity fetishism and the "value" of voluntary, ethical food labels ». In *Frontiers of commodity chain research*, 190-206. Stanford: Stanford University.

Haarstad, Håvard, et Arnt Fløysand. 2007. « Globalization and the power of rescaled narratives: A case of opposition to mining in Tambogrande, Peru ». *Political Geography* 26 (3): 289-308. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2006.10.014>.

Hall, Ingrid. 2017. « De la colectividad a la comunidad. Reflexiones acerca del derecho de propiedad en Llancho, Perú ». *Revista de Antropología Social* 6 (2): 379-98.

———. 2020. « Du concours au rituel, épluchage et transmission ». In *Regards croisés sur la transmission: actes du 2ème colloque annuel du département d'anthropologie à l'UdeM (CADA), 2019*, 47-61. Montréal: Éditions@anthro.

https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/24089/CADA%20Transmission_Livre_Complet%20OK%20TNR%20corr%20%28Final%29%20%281%29%2b.pdf?sequence=3&isAllowed=y.

Heath, Deborah, et Anne Meneley. 2007. « Techne, Technoscience, and the Circulation of Comestible Commodities: An Introduction ». *American Anthropologist* 109 (4): 593-602.

Heineck, Lauren. s. d. « Scholar Series: Dr. Carla D. Martin, Harvard Professor and Founder of the FCC ». MP3. Well Tempered. Consulté le 25 octobre 2019. <https://wkndchocolate.com/podcast/carladmartin>.

Huber, Ludwig. 1995. *Las rondas campesinas de Piura: Después de Dios está la ronda*. Nouvelle édition [en ligne]. Travaux de l'IFEA. Lima: Institut français d'études andines. <http://books.openedition.org/ifea/2605>.

ICCO. s. d. « Fine or Flavour Cocoa ». Consulté le 27 octobre 2016. <https://www.icco.org/about-cocoa/fine-or-flavour-cocoa.html>.

IDEAS. 2020. « Norandino ». Ideas Coop. 2020. <https://ideas.coop/producer/norandino/>.

INEI. 2014. « Características socioeconómicas del productor agropecuario en el Perú ». IV Censo Nacional Agropecuario 2012. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1177/libro.pdf.

———. 2017. « COMPENDIO ESTADÍSTICO PIURA 2017 ». Piura, Pérou: Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú. https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1505/libro.pdf.

———. 2018. « Directorio de Comunidades Nativas y Campesinas, Tomo II ». Censos Nacionales 2017 XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas, III Censo de Comunidades Nativas y I Censo de Comunidades Campesinas. Lima. https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1597/TOMO_02.pdf.

Instituto Nacional de Defensa Civil del Perú (INDECI). 2017. « Boletín Estadístico Virtual de la Gestión Reactiva ». 7. Lima. <https://www.indeci.gov.pe/objetos/secciones/MTc=/MjI0/lista/OTk0/201708091706381.pdf>.

International Chocolate Awards. 2018a. « About ». International Chocolate Awards. 2018. <https://www.internationalchocolateawards.com/about/>.

———. 2018b. « Categories ». International Chocolate Awards. 2018. <https://www.internationalchocolateawards.com/about/>.

International Cocoa Organization. 2018. « A working definition of fine or flavour cocoa ». Preparatory meeting on Annex « C » of the International Cocoa Agreement, 2010. <https://www.icco.org/wp-content/uploads/FFP-5-2-Rev.1-A-Working-Definition-of-Fine-or-Flavour-Cocoa-English.pdf>.

———. 2020. « Fine or Flavour Cocoa ». ICCO. 2020. <https://www.icco.org/fine-or-flavor-cocoa/>.

Kamphuis, Henri J. 2017. « Production of cocoa mass, cocoa butter and cocoa powder ». In *Beckett's Industrial Chocolate Manufacture and Use*, 5e Édition, 50-71. Chichester R.-U.: Wiley-Blackwell.

Kofti, Dimitra. 2016. « Moral economy of flexible production: Fabricating precarity between the conveyor belt and the household ». *Anthropological Theory* 16 (4): 433-53. <https://doi.org/10.1177/1463499616679538>.

Lanaud, Claire, Juan-Carlos Motamayor, et Olivier Sounigo. 2003. « Cacao ». In *Genetic Diversity of Cultivated Tropical Plants*, édité par Perla Hamon, Marc Seguin, Xavier Perrier, et Jean Christophe Glaszmann, 125-56. Boca Raton, FL: CRC Press.

Lares A., Lourdes A., et Merly Castillo T. 2019. « Desarrollo y sostenibilidad de la cadena agroproductiva del cacao piurano a partir de la conservación de sus variedades nativas: El caso de las cooperativas APPROCAP y Norandino ». Informe final PBRAR55-889. Consorcio de Investigación Económico y Social (CIES) / Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA).

http://www.cipca.org.pe/sites/default/files/documents/files/DESARROLLOYOSTENIBILIDADCAO_0.pdf.

Lastra, Dafne. 2014. « Pequeños productores cafetaleros, estrategias familiares y asociatividad: estudio de casos de familias dedicadas a la caficultura en el distrito de Pichanaki - Junín ». In *Perú: El Problema Agrario en Debate. SEPIA XV / Seminario Permanente de Investigación Agraria*, édité par Alejandro Diez, Ernesto Raez, et Ricardo Fort, 208-40. Lima: SEPIA. <https://sepia.org.pe/publicaciones/peru-el-problema-agrario-en-debate-sepia-xv-chachapoyas-2013/>.

Leissle, Kristy. 2018. *Cocoa*. Cambridge: Polity.

Léon Carrasco, José Carlos. 2018. « Norandino instalará planta procesadora de cacao ». Agencia Agraria de Noticias. 2018. <https://agraria.pe/noticias/norandino-instalara-planta-procesadora-de-cacao-15655>.

Lonely Planet Food. 2020. *Lonely Planet's Global Chocolate Tour*. Carlton, Victoria: Lonely Planet Food.

Luetchford, Peter G. 2012. « Consuming producers : fair trade and small farmers ». In *Ethical consumption : social value and economic practice*, 60-80. New York ; Oxford: Berghahn Books.

Marcus, George E. 1995. « ETHNOGRAPHY IN/OFF THE WORLD SYSTEM: The Emergence of Multi-Sited Ethnography ». *Annual Review of Anthropology* 24: 95-117.

Masonis, Todd, Greg D'Alesandre, Lisa Vega, et Molly Gore. 2017. *Making Chocolate*. New York: Clarkson Potter/Publishers.

Massé, Raymond. 2009. « Anthropologie des moralités et de l'éthique : essai de définitions ». *Anthropologie et Sociétés* 33 (3): 21-42. <https://doi.org/10.7202/039679ar>.

Mayer, Enrique. 2009. *Ugly Stories of the Peruvian Agrarian Reform*. Latin America Otherwise : Languages, Empires' Nations. Durham and London: Duke University Press.

Mesclier, Evelyne. 2013. « Situations sociospatiales héritées du temps de l'hacienda et mobilités/immobilités des paysanneries péruviennes ». *e-Migrinter*, n° 11: 36-52. <https://doi.org/10.4000/e-migrinter.252>.

MINAGRI. 2016. « Estudio del Cacao en el Perú y en el Mundo, Un Análisis de la Producción y el Comercio ». Lima, Pérou. <http://repositorio.minagri.gob.pe/xmlui/handle/MIDAGRI/71>.

Mintz, Sidney. 1986. *Sweetness and Power : The Place of Sugar in Modern History*. New York: Penguin Books. https://studium.umontreal.ca/pluginfile.php/2991983/mod_resource/content/0/Mintz%201.PDF.

Mörrike, Frauke. 2016. « Working misunderstandings and notions of collaboration. » *Civilisations* 65: 145-60. <https://doi.org/10.4000/civilisations.4081>.

Motamayor, JC, AM Risterucci, PA Lopez, CF Ortiz, A Moreno, et C Lanaud. 2002. « Cacao domestication I: the origin of the cacao cultivated by the Mayas ». *Heredity* 89: 380-86.

Motamayor, Juan C., Philippe Lachenaud, Jay Wallace da Silva e Mota, Rey Loor, David N. Kuhn, J. Steven Brown, et Raymond J. Schnell. 2008. « Geographic and Genetic Population Differentiation of the Amazonian Chocolate Tree (*Theobroma cacao* L) ». *PLOS ONE* 3 (10): e3311. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0003311>.

Müller, Birgit. 1992. « James Scott : Domination and the arts of resistance : hidden transcripts (1990, Yale University Press). James Scott et le scénario caché des dominés ». *Bulletin de l'APAD [en ligne]*, n° 3. <https://doi.org/10.4000/apad.406>.

Nestlé. 2020. « Responsible sourcing : Cocoa ». Nestlé. 2020. <https://www.nestle.com/csv/raw-materials/nestle-cocoa-plan>.

Norton, Marcy. 2008. *Sacred Gifts, Profane Pleasures*. Ithaca, New York: Cornell University Press.

Nugent, David. 1988. *Tendencias hacia la producción capitalista en la Sierra Norte del Perú*. Documento de Trabajo 22. Lima: IEP. <http://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/822>.

Office québécois de la langue française. 2016. « Fiche terminologique : Chocolat de couverture ». Le grand dictionnaire terminologique (GDT). 2016. http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8420752.

Palacios, Diego, et Alejandra Huamán. 2020. « Entre la reforma estatal y la alternativa comunal, cambios en las estructuras agrarias de poder en el valle del Chira, Piura (1969-1992) ». In *Perú: El Problema Agrario en Debate. SEPIA XVIII /Seminarario Permanente de Investigación Agraria*, édité par Silvana Vargas Winstanley et Mireya Bravo Frey, 109-48. Lima: SEPIA. <https://sepia.org.pe/publicaciones/peru-el-problema-agrario-en-debate-sepia-xviii-puno/>.

Paxson, Heather. 2012. *The life of cheese : crafting food and value in America*. Berkeley: University of California Press.

Paz, Cesar, et Romain Valleur. 2013. « Le développement du cacao péruvien : stratégies pour promouvoir et renforcer la filière cacao ». AVSF. <https://www.avsf.org/fr/posts/1422/full/le-developpement-du-cacao-peruvien-strategies-pour-promouvoir-et-renforcer-la-filiere-cacao>.

Presilla, Maricel E. 2009. *The New Taste of Chocolate: A Cultural and Natural History of Cacao with Recipes*. Nouv. éd. Berkeley, California: Ten Speed Press.

Proulx, Boris. 2017. « Quitter son emploi pour l'amour du chocolat ». *Journal de Montréal*, n° Dimanche-16 avril 2017 (avril). <https://www.journaldemontreal.com/2017/04/16/quitter-son-emploi-pour-lamour-du-chocolat>.

Qantu, Cacao et Chocolat [qantu_chocolat]. 2019. « OUR CACAO AND CHOCOLATE INSPIRATION... » Publication Instagram. Instagram. 1 janvier 2019. https://www.instagram.com/p/BsHjsJzH02q/?utm_source=ig_web_copy_link.

Quiñones, Mauro, Eduardo Espinoza, Fredy Yovera, Yunder Cuchilla, et Delia Castro. 2018. « Identificación, georreferenciación y caracterización morfológica de árboles superiores de Theobroma Cacao L. 1753 cultivar Cacao Blanco de Piura, Perú ». *The Biologist (Lima. En ligne)* 16 (1): 105-17.

Ramsey, Dom. 2019. « List of Chocolate Makers ». <http://bean.bar/makers?sort=country&dir=asc>.

Remy, María Isabel. 2007. *Cafetaleros empresarios. Dinamismo asociativo para el desarrollo en el Perú*. Estudios de la Sociedad Rural 31. Lima: Instituto de Estudios Peruanos. <https://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/592>.

———. 2014. « 50 años de investigación sobre la sociedad rural en el Instituto de Estudios Peruanos ». In *50 años pensando el Perú : una reflexión crítica. El Instituto de Estudios Peruanos, 1964-2014*, édité par Martín Tanaka, 63-98. Perú Problema 40. Lima: IEP.

Revesz, Bruno. 1989. *Agro y campesinado*. Piura, Pérou: CIPCA.

Revesz, Bruno, et Julio Oviden. 2011. « Piura: Transformación del territorio regional ». Édité par Centro Andino de Acción Popular CAAP. *Ecuador Debate : Acerca del Buen Vivir*, n° 84: 151-76.

Rose & Cacao. s. d. « L'authentique 83% ». Rose & Cacao. Consulté le 17 juillet 2021. <https://www.rose-et-cacao.com/produit/authentic-83/>.

SAPI. 2018. « Denominación de Origen Cacao de Chuao: calidad de exportación ». Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI). 2018. <http://sapi.gob.ve/denominacion-de-origen-cacao-de-chuao-calidad-de-exportacion/>.

SCOP Éthicable. 2017. *Quand le commerce équitable cultive la qualité*. https://www.youtube.com/watch?time_continue=69&v=puEAh4wCv-Y&feature=emb_title.

Scott, James C. 1976. *The Moral Economy of the Peasant : Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*. New Haven and London: Yale University Press.

———. 2014. « The ethic of subsistence ». In *Moral anthropology : a critical reader*, 205-11. London ; New York: Routledge.

SICCAM. 2016. « DIRECTORIO DE COMUNIDADES CAMPESINAS DEL PERÚ ». <https://ibcperu.org/mapas/siccam/>.

Siniscalchi, Valeria. 2008. « Économie et pouvoir au sein du parc national des Écrins ». *Techniques & Culture* 50: 40-59. <https://doi.org/10.4000/tc.3941>.

Sirdey, Ninon. 2018. « Le commerce équitable améliore-t-il la sécurité alimentaire? Le cas des ménages caféiculteurs des Andes péruviennes ». Thèse de doctorat, Montpellier: Université de Montpellier.

Slow Food. s. d. « Chulucanas criollo mango ». Slow Food Foundation for Biodiversity. Consulté le 18 juin 2021a. <https://www.fondazione Slow Food.com/en/ark-of-taste-slow-food/chulucanas-criollo-mango/>.

———. s. d. « Ciruelo norteño mango ». Slow Food Foundation for Biodiversity. Consulté le 18 juin 2021b. <https://www.fondazione Slow Food.com/en/ark-of-taste-slow-food/mango-ciruelo-norteno/>.

Statistique Canada. 2017. « Tableau 32-10-0404-01 Fermes classées selon la superficie agricole totale ». <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3210040401>.

Taylor, Lewis. 2017. « La región norte del Perú, 1930-2014: desarrollo combinado y desigual ». In *Historia económica del norte peruano: señoríos, haciendas y minas en el espacio regional*, édité par Carlos Contreras Carranza et Elizabeth Hernández García, 253-314. Historia Económica 29. Lima: IEP ; BCRP.

Temple, Ludovic, Frédéric Lançon, Florence Palpacuer, et Gilles Paché. 2011. « Actualisation du concept de lière dans l'agriculture et l'agroalimentaire ». *Économies et Sociétés, Série AG Systèmes agroalimentaires*, AG (33): 1785-97.

Terrio, Susan J. 2000. *Crafting the Culture and History of French Chocolate*. Berkeley, CA: University of California Press.

TFC Charts. 2019. « 2017 Cocoa Historical Prices / Charts (ICE Futures) ». Futures Trading Charts. 26 septembre 2019. <http://futures.tradingcharts.com/historical/CC/2017/0/continuous.html>.

Thompson, E.P. 1971. « The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century ». *Past & Present* Février 1971 (50): 76-136.

Tracy, Estelle. 2019. « Interview with Daniel Haran, chocolate-maker & founder, Chocolats Monarque (Le Plateau, Québec) ». 37 *Chocolates* (blog). 2019. <https://37chocolates.com/2019/02/20/interview-with-daniel-haran-chocolate-maker-founder-chocolats-monarque-le-plateau-quebec/>.

Trivelli, Carolina, Javier Escobal, et Bruno Revesz. 2006. *Pequeña Agricultura Comercial : Dinámica y Retos en el Perú*. Édité par CIES, CIPCA, GRADE, et IEP. Lima. http://repositorio.iep.org.pe/bitstream/IEP/99/1/escobal_pequenaagricultura.pdf.

Trubek, Amy B. 2008. *The taste of place : a cultural journey into terroir*. University of California Press. Berkeley.

Tsing, Anna L. 2005. *Friction : an ethnography of global connection*. Princeton: Princeton University Press.

———. 2017. *Le champignon de la fin du monde : Sur les possibilités de vivre dans les ruines du capitalisme*. Paris: Éditions La Découverte.

Uncommon Cacao. 2019. « Our partners ». Uncommon Cacao. 2019. <https://www.uncommoncacao.com/uncommonpartners>.

VOICE Network. 2015. « Baromètre du cacao 2015 ». http://www.cocoabarometer.org/International_files/Cocoa%20Barometer%202015%20xFrench.pdf.

Walsh, Jean-Marie. 2004. « Fair Trade in the Fields: Outcomes for Peruvian Coffee Producers ». *Urban Studies and Planning*, Boulder, Colorado: University of Colorado. <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/28793>.

Wickramasuriya, Anushka M, et Jim M Dunwell. 2018. « Cacao biotechnology: current status and future prospects ». *Plant Biotechnology Journal* 16 (1): 4-17. <https://doi.org/10.1111/pbi.12848>.

Young, Allen M. 2007. *The chocolate tree : a natural history of cacao*. Revised and Expanded edition. Gainesville: University Press of Florida.

Zhang, Dapeng, et Lambert Motilal. 2016. « Origin, Dispersal, and Current Global Distribution of Cacao Genetic Diversity ». In *Cacao Diseases : A History of Old Enemies and New Encounters*, édité par Bryan A. Bailey et Lyndel W. Meinhardt, Springer, 3-32. Cham, Suisse.

Annexes

Annexe I — Liste des emballages de tablettes de chocolat *bean-to-bar* analysées

Compagnie	Nom du produit	Année de production
Akesson's	75% Trinitario Cocoa & "Wild" Voatsiperifery Pepper	2016
Castronovo Chocolate	Sierra Nevada, Dark Milk, 63%	2018
Castronovo Chocolate	Patanemo, Venezuela, Dark Milk, 66%	2018
Castronovo Chocolate	Maya Mountain, Belize, 70 %	2018
Castronovo Chocolate	White Chocolate with Lemon Oil & Sea Salt	2018
Chaleur B Chocolat	Madagascar 70 %	2015
Chocolate Tree	Whisky, Nibs, 70%	2017
Chocolate Tree	Porcelana, Venezuela, 85%	2017
Chocolate Tree	Hazelnut, Gianduja, 40 %	2017
Chocosol	Sinfully Raw Vanilla	2016
Chocosol	5 Chili Bullet	2016
Dandelion Chocolate	Ambanja, Madagascar, 70 %	2015
Dandelion Chocolate	San Francisco de Macorís, D. R. 70 %	2015
Erithaj Chocolat	Ba Lai, Chocolat Noir, Viêtnam, 74 %	2016
Hummingbird Chocolate	Hispaniola, 70 %	2019
Hummingbird Chocolate	Oh Mama !, 70 %	2019
Hummingbird Chocolate	Fleur de Sel, 70 %	2019
Qantu	Bagua, 70 %	2019
Qantu	Gran Blanco, 70 %	2017
Qantu	Chaska, 70%	2019
Qantu	Morropón, 70%	2017
Qantu	Chuncho, 70%	2017
Qantu	Chuncho, 100%	2017
Qantu	Érable et fleur de sel de Maras	2018
Sirene Chocolate	100 % Ecuador Bar & 100 % Madagascar Bar	2016
SOMA	Black Science, Camino Verde, 70%	2016

Annexe II — Liste des catégories utilisées pour analyser le contenu des emballages de tablettes de chocolat *bean-to-bar*

1. Référence au bean-to-bar
2. Référence à l'artisanat (*craft*) ou à la quantité produite
3. Référence au soin ou à l'attention apportée au chocolat
4. Référence au cacao ou chocolat comme étant pur ou single origine
5. Mission ou objectif
6. Description et/ou slogan de l'entreprise
7. Référence à l'origine des chocolatiers
8. Référence spécifiquement aux étapes de transformation
9. Référence à l'origine temporelle ou géographique des techniques de transformation
10. Référence à la sélection ou à l'approvisionnement en cacao
11. Référence au voyage, périple, trajet, déplacement
12. Référence à la qualité du cacao
13. Référence à la qualité des ingrédients
14. Référence à l'origine géographique des autres ingrédients
15. Origine (pays)
16. Origine (région ou fournisseur)
17. Origine (date de la récolte)
18. Référence à la variété (nom ou catégorie héritage, ou natif)
19. Origine (référence au milieu naturel)
20. Référence au milieu naturel comme ayant une influence sur le goût du cacao
21. Référence à la variété comme ayant une influence sur le goût du cacao
22. Référence à la rareté ou à l'unicité du cacao utilisé
23. Référence à la rareté gustative du cacao utilisé
24. Référence aux producteurs comme ayant une influence sur le goût du chocolat
25. Référence aux producteurs comme ayant une influence sur le goût du cacao (savoir-faire)
26. Référence aux producteurs comme cultivant des fèves exceptionnelles, de qualité ou les meilleures.
27. Référence temporelle aux arbres ou au savoir-faire des producteurs
28. Référence aux producteurs (Relation chocolatiers/producteurs)
29. Référence aux producteurs (visée sociale)
30. Référence aux producteurs (en tant que groupe organisé)
31. Référence aux producteurs comme gardiens ou protecteurs du cacao
32. Référence à l'identité des producteurs (nom, identité culturelle, anecdote)
33. Référence à la rémunération des producteurs
34. Référence aux techniques agricoles ou post-récoltes utilisées

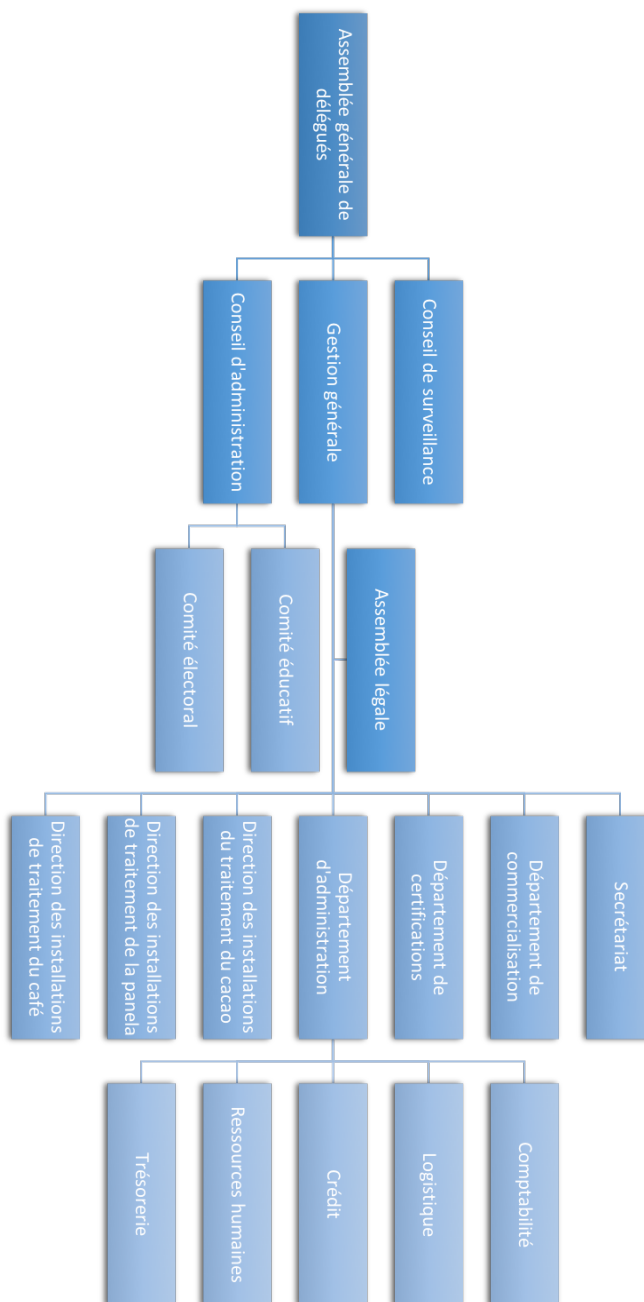
35. Notes et conseils de dégustation
36. Certification biologique
37. Certification équitable
38. Référence au commerce direct
39. Autres certifications ou sigles
40. Référence aux qualités du chocolat
41. Type de chocolat (100 %, noir, au lait, *dark milk*, blanc, etc)
42. Reconnaissances et prix
43. Ingrédients
44. Quantité
45. Numéro de lot
46. Prix (\$ CAD)
47. Photo ou image
48. Choses écrites à la main ou étampée à la main
49. Insertion de morceaux (noix, fruits, etc)
50. Autres

Annexe III — Profil détaillé des cacaoculteurs interrogés, en ordre croissant d'âge

Pseudonyme	Âge (Années)	Genre	Communauté de résidence	Lieu de la parcelle	Superficie cultivée (hectare)	Revenu non-agricole	Le cacao est l'unique culture de rente	Occupe une fonction dans le comité directif de l'APPAGROP	Emploie des journalier(s) pour les récoltes de cacao	Main-d'œuvre familiale autre que les propriétaires de la parcelle	Possession d'une résidence urbaine	Jeune(s) enfant(s) (de 0 à 12 ans)	Enfant(s) aux études (de l'école secondaire à l'université)	Foyer bi-générationnel (Adulte(s) résidant avec leur(s) parent(s))	Foyer bi-générationnel (Adulte(s) avec un parent à charge)
Rosa	37	Femme	Platanal	Platanal	2			X	X						X
María Lucía	43	Femme	Chililique	Chililique	4	X			X		X	X	X	X	
Alvaro	46	Homme	Platanal	Platanal	1	X	X				X	X			
Elizabeth	46	Femme	Chililique	Chililique	2	X					X		X		
Lucinda	47	Femme	Chililique	Chililique	2	X	X		X	X	X		X		
Rodrigo	48	Homme	Chililique	Platanal	2	X	X	X				X			X
Alejandro	53	Homme	Chililique	Platanal	2	X	X	X	X		X		X		
Julio	53	Homme	Chililique	Chililique	1	X		X						X	
Carmen	60	Femme	Chililique	Chililique	4					X				X	
Ara	74	Femme	Chililique	Chililique	3				X	X				X	
Hugo	76	Homme	Chililique	Platanal	4					X				X	
Daniel	76	Homme	Chililique	Chililique	1				X	X				X	

Annexe IV — Organigramme détaillée de la coopérative

Norandino



Source : Formation donnée par Norandino aux APPAGROP de la zone de production Chulucanas, au centre de collecte de Palo Blanco, le 26 août 2017