

UTM
Université
de Toulouse - Le Mirail
Département Géographie
et Aménagement

INPT - ENSAT
Institut National Polytechnique
de Toulouse
Ecole Nationale Supérieure
Agronomique de Toulouse

ENFA
Ecole Nationale
de Formation
Agronomique

Ecole doctorale « Temps, Espaces, Sociétés, Cultures »
UMR « Dynamiques Rurales »

THESE

présentée

DEVANT L'UNIVERSITE DE TOULOUSE - LE MIRAIL

en vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE TOULOUSE - LE MIRAIL

Spécialité « Etudes Rurales »

par

Hélène MBOLIDI-BARON

LES CONDITIONS DE DURABILITE DE LA PRODUCTION DE LA CANNE A SUCRE A LA MARTINIQUE : UNE APPROCHE TERRITORIALE

VOLUME II

Soutenue le 17 décembre 2002, devant le jury composé de :

M. Dominique COQUART, Professeur d'économie, ENSAT, Toulouse	Président
M. Philippe JOUVE, Directeur scientifique du CNEARC, Montpellier	Directeur
M. Maurice BURAC, Professeur de Géographie, Université des Antilles-Guyane	Rapporteur
M. François BART, Professeur de Géographie, Université de Bordeaux III	Rapporteur
M. Jean PILLEBOUE, Maître de conférence en Géographie, UTM, Toulouse	Examineur
M. Robert DOMAINGUE, Chef du Programme canne à sucre, CIRAD-CA, Montpellier	Examineur
M. Raymond ROSEMAIN, Directeur du CTCS-Martinique	Examineur

SOMMAIRE

VOLUME I

Table des illustrations.....	i
Liste des sigles et abréviations	vi

INTRODUCTION.....	1
--------------------------	----------

1^{ère} PARTIE – PROBLEMATIQUE ET CADRE GENERAL	8
--	----------

CHAPITRE I – PROBLEMATIQUE, CADRE DE LA RECHERCHE ET BASES THEORIQUES	9
CHAPITRE II – L’HISTOIRE DE LA CANNE A LA MARTINIQUE : L’HISTOIRE DU TERRITOIRE MARTINQUAIS	69
CHAPITRE III – TERRITOIRE, PRODUITS ET ACTEURS DE LA FILIERE CANNE	107

2^{ème} PARTIE - LA PRODUCTION DE CANNE : MODALITES ET CONDITIONS DE DURABILITE	177
--	------------

CHAPITRE IV – CONDUITE DE LA CANNE : QUELS ECARTS ENTRE TECHNIQUES ET PRATIQUES ?	178
CHAPITRE V – DIMENSION ENVIRONNEMENTALE : DE LA REPRODUCTIBILITE AGRO-ECOLOGIQUE AUX PAYSAGES	227
CHAPITRE VI – DIMENSION ECONOMIQUE : VIABILITE DES UNITES DE PRODUCTION ET CONTRIBUTION A L’ECONOMIE TERRITORIALE	275
CHAPITRE VII – DIMENSION SOCIALE : DE LA VIVABILITE A LA DYNAMIQUE SOCIO-TERRITORIALE	382
CHAPITRE VIII – DIMENSION FONCIERE : TRANSMISSIBILITE INTERGENERATIONNELLE ET PRESERVATION DES TERRES AGRICOLES	471
CHAPITRE IX – SUR QUELLES UNITES APPUYER LA DURABILITE DE LA PRODUCTION CANNIERE ?	492

VOLUME II

3^{ème} PARTIE - QUELLE CONTRIBUTION DE L’AOC AU MAINTIEN DE LA PRODUCTION DE CANNE ? ...	525
--	------------

CHAPITRE X – L’AOC “RHUM AGRICOLE MARTINIQUE” : UNE LONGUE CONSTRUCTION.....	526
CHAPITRE XI – PRINCIPE DE BASE DE L’AOC : ANCRAGE AU TERROIR OU AU TERRITOIRE ?.....	540
CHAPITRE XII – DES STRATEGIES D’ENTREPRISES SECTORIELLES OU TERRITORIALES ?.....	579
CHAPITRE XIII – IDENTITE ET DEVELOPPEMENT, POUR LE RHUM ET POUR LE TERRITOIRE	605

CONCLUSION	642
-------------------------	------------

BIBLIOGRAPHIE (Classement alphabétique)	654
BIBLIOGRAPHIE (Classement thématique).....	675

ANNEXES

TABLE DES MATIERES

3^{EME} PARTIE :

QUELLE CONTRIBUTION POSSIBLE DE L'AOC A LA DURABILITÉ DE LA PRODUCTION CANNIÈRE ?

La voie de valorisation par la qualité au sein de la filière rhum agricole constitue une des perspectives les plus prometteuses pour l'avenir de la canne à la Martinique ; ce qui justifie d'analyser la contribution de l'AOC rhumière à la durabilité de la production cannière martiniquaise, objet de cette troisième partie, qui repose – rappelons-le – sur le travail réalisé en collaboration avec Stéphane SANCHEZ¹. Comment cette contribution est-elle possible ? A quelles conditions ? Pour répondre à ces questions, un découpage en quatre chapitres est adopté. Le chapitre X retrace l'histoire de la construction de l'AOC Martinique, en intégrant les conditions de cette création. Cette présentation sert de substrat à l'analyse du jeu des acteurs de la filière rhum agricole et de son ancrage au territoire. Ce dernier est décliné, aux chapitres XI et XII, de la relation entre le produit et l'environnement (milieu physique, usages et typicité du rhum) aux stratégies d'entreprises. Le chapitre XIII vient conclure cette troisième partie. Il récapitule les interférences entre perception et représentation du rhum AOC, d'un côté, et celles du territoire Martinique, de l'autre. Il conduit à faire le lien entre dimension identitaire et développement économique.

¹ Dans le cadre de son mémoire de fin d'études (Diplôme d'ingénieur en agronomie tropicale, Master of sciences) : « *Impacts socio-économiques de l'AOC Rhum agricole "Martinique" sur la durabilité de la filière canne* » (SANCHEZ, 2000).

CHAPITRE X - L'AOC « RHUM AGRICOLE MARTINIQUE » : UNE LONGUE CONSTRUCTION

La concurrence accrue aux niveaux national et international, à laquelle doivent faire face les rhums martiniquais, a été soulignée dans de précédents chapitres. La première réponse à cette concurrence est l'organisation de la profession rhumière domienne, en vue de défendre ses intérêts via la régulation du marché. La seconde réponse, spécifique aux distillateurs de la Martinique, consiste en l'obtention d'une AOC pour le rhum agricole Martinique. Afin de comprendre comment celle-ci s'est mise en place et ce qui l'a motivée, ce dixième chapitre analyse sa construction, en mettant en relief les enjeux en présence. Un découpage en quatre sections est adopté : la première retrace les fondements et les premières difficultés de la demande ; la seconde décrit les concessions et compromis accompagnant les travaux préparatoires ; la troisième présente les codifications relatives à la production et la transformation de canne ; tandis que la dernière ouvre la réflexion sur les rapports entre AOC, terroir et territoire. Pour ce faire, le présent chapitre s'appuie sur les précieux témoignages des représentants des structures professionnelles et interprofessionnelles de la filière rhum agricole, ainsi que sur des documents émanant de ces structures et de l'INAO (présentée en annexe 3.1).

1. LA LENTE EMERGENCE DE L'AOC MARTINIQUE : FONDEMENT DE LA CONSTRUCTION ET PREMIERES DIFFICULTES

Cette première section revient sur certains points déjà évoqués au chapitre II, afin de contextualiser la démarche des distillateurs à la Martinique. De façon chronologique, cinq périodes sont distinguées à partir des années trente, permettant de faire ressortir les étapes de la construction, jusqu'à l'année décisive de 1989 où débutent véritablement les travaux préparatoires.

1.1. Dans les années trente : une première convention collective

Durant la première moitié du XX^e siècle, le secteur rhumier martiniquais est encore dominé par la fabrication de rhum de mélasse, exporté en vrac en France. Alors que les années trente s'avèrent porteuses pour le rhum, la notoriété croissante du rhum martiniquais incite les négociants à vendre sous la dénomination « Martinique » l'essentiel des mélanges qu'ils constituent. Dès 1921, le rhum traditionnel de Martinique, comme celui des autres DOM, bénéficie d'une appellation d'origine simple, en application de la loi du 6 mai 1919. Ce statut fait référence à la notoriété de ces produits rhumiers, remontant au XIX^e siècle. Cependant, cette appellation, qui ne légifère que sur la zone géographique de production, est uniquement déclarative et ne requiert aucun contrôle. Elle n'a jamais constitué une réelle garantie pour les consommateurs quant à l'origine du produit et, encore moins, une garantie d'exclusivité quant à l'usage du nom géographique pour les distillateurs. Ces derniers (alors surtout producteurs de rhum industriel) prennent conscience du quadruple intérêt d'une

promotion du « rhum de pays » (BÉGOT, 1996) : la lutte contre les rhums dits de « fantaisie », commercialisés de façon fallacieuse sous l'appellation « Rhums de Martinique » ; la reconnaissance de l'authenticité des rhums du crû ; le contrôle de l'exportation ; l'augmentation de la valeur ajoutée du rhum agricole et sa répartition au sein de la profession martiniquaise. Il s'ensuit un premier mouvement corporatiste, dans les années trente. Le « Syndicat de producteurs de Martinique livrant leurs rhums en bouteille avec garantie d'origine »² prend à cœur « *la sauvegarde du rhum* », en cherchant à valoriser les marques de ses adhérents : La Meynard, Dillon, Depaz, Labat, Corneille, Guérin, Clément, Hardy, Desportes, Beauregard et Maniba. Les principaux chefs de file sont les producteurs de rhum (agricole et industriel) qui ne possèdent pas alors de réseau de commercialisation en France.

1.2. 1950-1960 : un marché en déclin, dominé par les négociants

Partant de cette première corporation, afin de comprendre la motivation des distillateurs à différencier leur produit, il importe de rappeler l'évolution du marché rhumier en ce milieu de XX^e siècle : sa normalisation, la place des négociants, l'action collective mise en oeuvre.

1.2.1. Une normalisation contraignante du marché

Le secteur rhumier connaît une croissance spectaculaire pendant la première guerre mondiale, avec le chiffre record de plus de 33 millions de litres de rhum à 55° exporté en France en 1917, soit plus de 170 000 HAP (CODERUM, 1986). Son marché est cependant de plus en plus réglementé, comme évoqué aux chapitres II et VI : la publication de la loi « Echelonnement et Blocage » survient en 1950, suivie, en 1955, de l'embouteillage obligatoire pour le marché intérieur. Celui-ci marque la fin de la politique de vrac à la Martinique, autorisant la vente en tonneaux au « débit de la régie » du quartier, où les consommateurs s'approvisionnaient avec des bouteilles ou autres récipients (roquille) ; une pratique favorisant les fraudes.

La structuration du marché conduit à évincer de multiples petites distilleries, faute de pouvoir investir dans l'embouteillage et supporter l'officialisation des taxes. Le nombre de distilleries (industrielles et agricoles) s'effondre, tandis que se multiplient les concentrations : 112 établissements en 1941, 62 en 1952, 27 en 1960 (FERRE, 1981). La généralisation de l'embouteillage pour la vente de rhum sur place est vécue comme une contrainte lors de son application. Elle a néanmoins le mérite de faire émerger un groupe de producteurs-embouteilleurs, qui devient par la suite d'un poids capital pour engager les premières démarches vers la reconnaissance de la spécificité du rhum agricole de la Martinique.

1.2.2. Une domination croissante des négociants

En ce milieu du XX^e siècle, le marché du rhum est de plus en plus dominé par les négociants français qui s'approvisionnent dans toute la Caraïbe. Ceux-ci ayant su tirer profit du déclin de l'industrie sucrière pour réhabiliter des usines et produire du rhum de mélasse, au coût de revient moindre que le

² *L'illustration*, n°4838, du 23 novembre 1935, cité par BÉGOT (1996).

rhum agricole, leur puissance ne cesse de croître. Parallèlement, le rhum agricole, initialement réservé au marché intérieur, prend de plus en plus d'importance (du fait du déclin de l'industrie sucrière) et rentre dans le circuit d'exportation, initialement sous la forme du vrac. KERVEGANT (1946) confirme que, à la veille de la seconde guerre mondiale, certains négociants et producteurs coloniaux, notamment de la Martinique, expédient en France des rhums de vesou ou de sirop vieilli en fût. Ces derniers, comme les rhums de mélasse importés en vrac de Martinique, sont utilisés pour bonifier divers rhums industriels. Cette pratique permet aux importateurs de profiter de la notoriété de l'origine Martinique, tout en limitant leur investissement.

Les producteurs de rhum agricole se retrouvent dans l'incapacité de faire prévaloir la spécificité de leur produit, dans un marché dominé par de puissants négociants. Alors que les consommateurs concernés sont habitués aux rhums industriels de mélange, il apparaît difficile, dans un premier temps, d'importer de grandes quantités de rhum agricole : « [...], le marché métropolitain n'est pas encore en mesure d'absorber en rhum agricole les sept tranches du contingent des distilleries. La raison en est la méconnaissance de ce produit, déjà signalée par PAIRAULT en 1903, et toujours d'actualité. Les importateurs métropolitains ont déjà leurs circuits traditionnels et une clientèle faite à la qualité des rhums de mélasse. Il est normal qu'ils cherchent à lui donner satisfaction et il leur est difficile d'importer de grandes quantités de rhum agricole sans en avoir l'écoulement » (APPERAM, 1974). Au début des années cinquante, certains choisissent de gérer en direct leurs exportations, sous leur propre marque, en valorisant l'embouteillage désormais requis pour la vente intérieure. C'est le début d'une timide mais capitale pénétration du rhum agricole blanc, produit et embouteillé à la Martinique, sur le marché hexagonal.

1.2.3. La mise en place d'actions collectives : promotion et organisation

Partant de 174 553 HAP en 1951, la consommation française de rhum chute de 34,50% en dix ans, l'amenant à 114 340 HAP en 1961. En réponse à cette situation, les distillateurs martiniquais se regroupent afin de mettre en place un programme de publicité collective (APPERAM, 1974). Celui-ci semble dans un premier temps porter ses fruits, comme l'illustre le pic de 143 714 HAP de rhum consommé en 1963. Cependant, la relance amorcée est de courte durée.

Malgré l'effort publicitaire soutenu, une nouvelle chute de la consommation française se produit en 1964, suivie d'une stagnation aux alentours de 130 000 HAP jusqu'aux années soixante-dix. Afin de mieux organiser la commercialisation à l'exportation, les distillateurs créent le Comité martiniquais d'organisation et de défense du marché du rhum (CODERUM), à l'instigation d'André DORN (propos recueillis par HERSILIE-HÉLOÏSE, 1996). Dans la continuité du mouvement de 1935, cette nouvelle institution réunit les fabricants de rhum agricole et de rhum de mélasse dans une lutte commune : défendre la commercialisation du rhum traditionnel de Martinique, sur un marché français dominé par de puissants groupes, producteurs de rhums de mélasse, tel Baccardi, à Porto-Rico.

1.3. 1972-74 : création de l'APPERAM et première demande de l'AOC

Le début des années soixante-dix est marqué par deux faits majeurs : la création de l'Association professionnelle des producteurs-embouteilleurs de rhum agricole de la Martinique (l'APPERAM) et la première demande pour l'AOC Martinique ; deux faits reconstitués dans les paragraphes qui suivent, avant l'analyse des motifs de cette première demande.

1.3.1. L'association des distillateurs-embouteilleurs, premier syndicat professionnel

Face au déclin du marché rhumier français, les principales entreprises familiales de « distillateurs-embouteilleurs » à la Martinique s'organisent pour protéger la spécificité de leur rhum et sauver leur production. Ils engagent une politique de différenciation, via l'amélioration de la qualité et la promotion, attribuant la baisse de consommation en France à la diminution de qualité du rhum. Afin de cerner la raison de cette baisse qualitative, une courte rétrospective s'avère nécessaire. Au départ, le rhum de mélasse produit à la Martinique est envoyé à des négociants de Saint-Pierre, puis de Fort-de-France, qui l'acheminent vers la France. Là, d'autres négociants l'embouteillent, après un mélange éventuel à des rhums de provenances diverses. A l'origine, le voyage dure de longs mois, au cours desquels le rhum, stocké dans des fûts de chêne de 250 litres, évolue et acquiert une couleur ambrée. Le perfectionnement des techniques de l'industrie sucrière favorise un meilleur épuisement des mélasses ; d'où la perte d'une partie des arômes pour le rhum qui en dérive. De plus, l'évolution des moyens de transport, désormais plus rapides, ainsi que le stockage en foudre métallique, privent le rhum industriel de sa lente maturation au contact de la matière boisée. Ces deux points, aux dires des distillateurs, sont facteurs de perte qualitative. Les consommateurs français associant l'alcool de canne à la couleur brune, celle-ci est entretenue par adjonction de caramel, pour les commodités de commercialisation d'un rhum industriel, qui s'en retrouve déprécié d'autant.

Parallèlement, les années soixante voient se poursuivre la vente de rhum agricole blanc d'origine Martinique en France. Celle-ci progresse lentement, mais sûrement. Alors que la clientèle française affiche un désintérêt croissant pour le rhum industriel, le rhum agricole blanc, produit et embouteillé à la Martinique, ouvre de nouvelles perspectives³. Constatant l'importante consommation du produit générique « rhum » en Europe et en France, les producteurs de rhum agricole Martinique font le pari d'une possible conquête de ces marchés, confiants en la spécificité de leur produit. Forte de cette ambition, l'Association professionnelle des producteurs-embouteilleurs de rhum agricole de la Martinique est créée en février 1972, avec la composition suivante (APPERAM, 1974) :

- Président : Gustave Garnier-Laroche (Rhum Duquesne) ;
- Vice-Président : Henri Depaz (Exploitation de la Montagne Pelée) ;
- Secrétaire général : Jean-Pierre Bourdillon (Rhum La Mauny) ;
- Membres : Yves Bernus (Rhum Bernus) ;
Jean Simonnet (Rhum Saint-Etienne) ;

³ L'évolution de la représentation du rhum et de ses modes de consommation en France est développée au chapitre XIII.

Jean Neisson (Rhum Neisson) ;
André Dormoy (Rhum La Favorite) ;
Jean Bally (Etablissements Lajus).

Sont de fait regroupés tous les producteurs de rhums agricoles qui embouteillent à la Martinique, dont la majorité de ceux qui exportent leur produit sous leur marque. Dès sa création, cette association se fixe un double objectif : (i) la reconnaissance et la défense de l'appellation d'origine Martinique ; (ii) la promotion des rhums agricoles embouteillés sur place, à travers un label. Conscients de la nécessité de se démarquer des rhums industriels de mélange, afin d'éviter toute confusion, ces professionnels entreprennent d'emblée des efforts de présentation de leur produit. Avec la création d'un logo représentant un coupeur de canne, dont chaque bouteille est nantie, c'est en quelque sorte le début du marketing rhumier sur l'île, expliquent les distillateurs (propos recueillis par le journaliste Éric HERSILIE-HÉLOISE, 1996).

1.3.2. Du label à la demande d'AOC

Le label rouge « Rhum Agricole Martinique », pour les rhums mis en bouteille sur les lieux de production, est accordé par le Ministère de l'Agriculture, par décision du 18 octobre 1973⁴. Ce label vise à démarquer les rhums agricoles embouteillés sur le territoire, à l'intérieur de l'appellation d'origine simple. Toutefois, par insuffisance de moyens, les distillateurs concernés ne parviennent pas à le promouvoir auprès de la clientèle française, qui y reste peu sensible. Bien qu'ayant valeur officielle, ce label s'apparente plutôt à un contrat de confiance entre distillateur et consommateur. Le juriste Jérôme JARNOUX (1998) rappelle qu'il ne représente aucune protection légale du nom « Martinique » et n'empêche pas les négociants français de baptiser de cette origine leurs produits de mélange. Si les démarches visant à l'obtention du label ont abouti rapidement, il n'en va pas de même pour la reconnaissance et la défense de l'origine du produit.

Vu les limites intrinsèques du label et considérant que l'AOC possède auprès du public français un prestige supérieur, l'APPERAM constitue le premier dossier de demande en 1974. Cette démarche est initiée sous la présidence de Gustave Garnier-Laroche, qui tire parti de ses contacts avec l'INAO de Bordeaux, en la personne de M. Péroma. Elle bénéficie du soutien du CODERUM, du Syndicat des distillateurs de Rhum Agricole de la Martinique (RHUMAGRI) et des représentants des pouvoirs publics (Préfecture, DAF). Cette vision novatrice des premiers artisans de l'AOC s'avère audacieuse : elle vise, pour les distillateurs-embouteilleurs, à se différencier des négociants, en vue d'exporter leurs bouteilles de marque en France. L'APPERAM cherche pourtant d'emblée à fédérer tous les acteurs du secteur rhumier. Elle propose que les négociants qui importeraient en vrac du rhum agricole Martinique sous AOC puissent l'embouteiller et le commercialiser sous cette appellation, moyennant la soumission au contrôle de l'INAO. Cette proposition va dans le sens de l'intérêt des négociants. La diminution des ventes de rhum industriel, jugée « inéluctable » par l'APPERAM, pourrait ainsi être compensée par l'augmentation espérée des ventes de rhum agricole.

⁴ Label homologué sous le n° 06-73. L'APPERAM en est l'organisme certificateur et Qualité-France est chargée des missions de contrôle (APPERAM, 1974).

Les adhérents de cette nouvelle association sont conscients du fait que l'AOC, en soi, ne peut ouvrir toutes grandes les portes des marchés d'exportation (français et européen notamment). Ils espèrent cependant en tirer plus de considération pour leur rhum, en le positionnant officiellement en tant que produit haut de gamme. Encouragés par un début de pénétration sur le marché français, ils souhaitent y renforcer leur position, en vue d'élargir cette diffusion par la suite ; toutes perspectives difficiles à concevoir pour un produit jusqu'alors inconnu et anonyme.

1.3.3. Les motifs de la demande présentée par l'APPERAM

La dénomination générique « Rhum » recouvrant une grande diversité de produits dans le monde, elle ne constitue pas un gage de spécificité. De fait, les adhérents de l'APPERAM s'attachent à démontrer la singularité de leur rhum, en argumentant la première demande d'AOC. Concernant la caractérisation du produit, l'Association souligne : (i) la qualité originale des rhums de Martinique en général, associée à leur diversité (grand arôme, RTS et rhum agricole) ; (ii) la supériorité⁵ organoleptique du rhum agricole Martinique à l'intérieur de ce panel, facile à distinguer en dégustation comparée. Concernant la commercialisation, les distillateurs martiniquais avancent de multiples « preuves de la supériorité évidente et reconnue des rhums Martinique et, surtout, des rhums agricoles Martinique ». D'une part, ils rappellent que le rhum agricole Martinique, souvent primé lors des concours, a acquis une notoriété certaine en France, que reflètent les linéaires des grandes surfaces à cette époque : « il est facile de constater que les étiquettes des bouteilles de rhum mises à l'étalage ou en rayon, ou bien ne portent aucune origine, ou bien portent l'origine Martinique » (APPERAM, 1974). Cette réputation amène à dire « qu'en France, Martinique est synonyme de rhum, et inversement ». D'autre part, seul le rhum agricole enregistre une augmentation de ses ventes dans les années soixante-dix, ce qui limite la chute des ventes du rhum traditionnel. Enfin, cette notoriété se paye. En témoigne le prix plus élevé auquel consentent les importateurs pour le rhum de Martinique, et plus encore pour le rhum « agricole » de Martinique. Cette notoriété a cependant une contrepartie : « Un autre fait d'évidence est que les rhums des autres départements producteurs sont coupés de rhum Martinique pour être vendus » (APPERAM, 1974).

Concernant la mise en œuvre de la qualification, les distillateurs rappellent les atouts majeurs dont ils disposent. Premièrement, cette qualification constitue l'aboutissement de la politique qualitative initiée par l'APPERAM, concrétisée par l'obtention du label ; politique qu'elle ne peut que renforcer, en rapport avec les contrôles inhérents à toute AOC. Deuxièmement, leur production est inscrite dans un territoire insulaire, par nature délimité, ce qui ne peut que faciliter les contrôles requis, tant pour la production de canne que pour l'élaboration du produit final.

Concernant les objectifs assignés à l'AOC, ceux-ci sont avant tout d'ordre économique. La qualification est censée constituer une « garantie d'origine » pour le consommateur extérieur,

⁵ La notion de « typicité » est objectivement préférable à celle de « supériorité qualitative », certes toute relative, que nous avons rapporté pour rester fidèle à l'argumentaire des professionnels, mettant en avant leur produit. Cette remarque rejoint celle faite au chapitre I, amenant à considérer l'AOC comme un « signe d'identification » et non un « signe de qualité ».

susceptible d'être dérouté par la multiplicité des rhums de mélange, sans référence de provenance⁶. Les distillateurs-embouteilleurs de la Martinique attendent de la qualification qu'elle sorte leur produit de « l'anonymat » et entrouvre les marchés à l'exportation⁷. De fait, l'AOC est conçue comme une aide commerciale pour la filière rhum agricole - présentée comme ultime possibilité de sauver cette dernière et, par extension, comme une aide au développement économique de la Martinique. A ce propos, les demandeurs n'omettent pas de souligner l'enjeu territorial associé à leur initiative : « *toute augmentation des exportations de Rhum Agricole Martinique sera favorable à notre économie en lui apportant de nouveaux emplois* » (APPERAM, 1974). Ce faisant, ils fédèrent à leur démarche les autorités publiques, toujours sensibles au problème du chômage.

A travers cette première demande, aux justifications clairement économiques, l'APPERAM met en relief les atouts du rhum agricole Martinique, en termes de typicité, notoriété et savoir-faire ancestral. La faiblesse de cet argumentaire quant à l'ancrage au « terroir » apparaît dès le départ ; un ancrage à peine évoqué, si ce n'est à travers la stricte localisation de la production à l'échelle du territoire.

1.4. Les premiers obstacles à la qualification

Après avoir passé en revue les motifs à l'origine de la première demande d'AOC, il s'agit de s'arrêter sur les obstacles qui ont empêché son aboutissement dès les premières années. En réponse à la demande de l'APPERAM, le Comité national de l'INAO désigne une Commission d'enquête en 1975, dont la mission sur place vise à étudier la recevabilité de cette demande. Il s'agit d'analyser les conditions d'élaboration du produit, en identifiant les points-clés déterminant sa typicité, en relation avec son origine géographique. Il s'ensuit un avis de principe favorable à la reconnaissance en AOC du rhum agricole Martinique, émis en 1976 par le Comité national, au vu de la notoriété du produit et de son lien à un terroir particulier. Cet avis conduit à l'élaboration, par l'INAO, d'un projet de décret relatif à la définition de l'AOC. Soumis aux distillateurs, ce projet est accompagné d'un certain nombre d'exigences, comme préalables à l'accord effectif : (i) la profession rhumière doit s'accorder pour réserver l'usage de l'appellation « Martinique » au seul rhum agricole (alors qu'il était également utilisé pour les rhums de sucrerie) ; (ii) les distillateurs doivent renoncer à l'appellation simple « Rhum Martinique », afin d'éviter toute confusion entre cette dernière et l'appellation d'origine contrôlée ; (iii) les rhums agricoles prétendant à l'AOC doivent être décontingentés (CODERUM, 1986).

Faute d'accord de la profession martiniquaise et de l'administration sur ces deux derniers aspects, le dossier est bloqué pendant plusieurs années. De plus, parmi les prétendants à l'AOC, le rhum agricole martiniquais est le premier produit en provenance des DOM. L'INAO s'appuie alors sur sa non-habilitation à traiter une telle demande, selon la loi du 30 juillet 1935 définissant ses attributions. Ce n'est que quatre ans plus tard que ce premier obstacle est franchi : « *Ce cran d'arrêt a été levé, en effet, la Loi n°80-957 du 2 décembre 1980 a étendu aux DOM la compétence de l'INAO* »

⁶ La confusion se fait surtout entre le rhum agricole blanc et les rhums industriels de diverses origines vendus sans coloration, celle-ci étant désormais rattachée aux rhums bruns industriels, dans l'esprit du consommateur métropolitain.

⁷ Tout en restant très prudents sur l'extension escomptée de la commercialisation à moyen terme, les distillateurs n'excluent pas la possibilité de fabriquer et d'exporter la totalité de leur contingent à l'exportation (10 tranches), contre 7 tranches habituellement débloquées à cette époque.

(CODERUM, 1986). L'Institut peut alors légalement instruire la reconnaissance en AOC du rhum agricole martiniquais : il s'agit d'une première victoire pour les acteurs concernés. Néanmoins, celle-ci n'engendre pas pour autant la réouverture immédiate du dossier. Restent les questions de fond soulevées par l'INAO comme préalables. Concernant la coexistence de l'AOC et de l'AOS, un projet de texte à soumettre par l'INAO à l'Etat est prévu, conditionnant l'octroi de la première à la suppression de la seconde ; perspective qui reste sans suite. Parallèlement, les professionnels du secteur rhumier ne parviennent pas à s'entendre sur l'utilisation du nom géographique « Martinique ». Les producteurs de rhums industriels sont alors encore nombreux : ils refusent de supprimer la mention « Martinique » sur leur produit, targuant qu'historiquement, c'est le premier type de rhum à être fabriqué à la Martinique ; un rhum précisément « traditionnel ».

En revanche, les distillateurs s'accordent à réfuter la position de l'INAO quant à la question du contingentement : « *en ce qui concerne le décontingentement des rhums agricoles Martinique, il s'agit d'une question qui échappe entièrement à la compétence de l'INAO. Cet organisme n'a pas qualité pour intervenir dans le domaine de la réglementation contingente qui régit le marché du rhum* » (CODERUM, 1986). Cette question est par la suite réglée par une décision gouvernementale maintenant le contingent pour les rhums agricoles.

Cette première démarche, qui revêt un caractère principalement économique, se heurte aux conflits d'intérêt entre acteurs et à leur manque de cohésion. Les fluctuations de la consommation de rhum en France constituent alors une situation préoccupante. Les stratégies commerciales, passant par les grands négociants pour certains, se renforcent, impliquant toujours des mélanges divers entre produits rhumiers. Au regard de ces pratiques, l'interprofession, craignant les contraintes que la qualification devrait induire, a finalement du mal à s'accorder sur les moyens à mettre en œuvre pour faire aboutir cette première démarche. Celle-ci avorte, du fait d'une mobilisation insuffisante. L'APPERAM est dissoute en 1980, six ans après la première démarche collective visant à acquérir l'AOC, laissant la place à une gestion individuelle de la commercialisation du rhum.

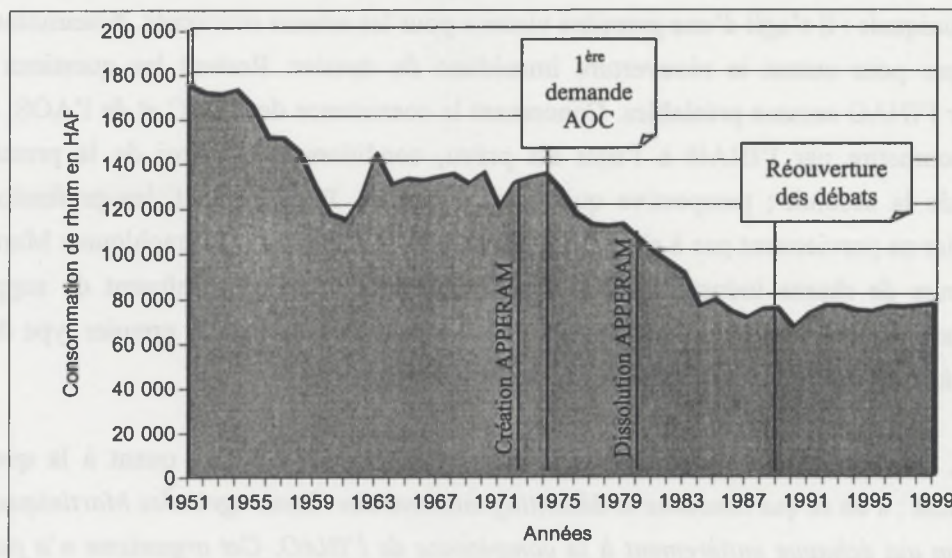
1.5. La réouverture des débats

Alors que le dossier AOC est en sommeil, le marché rhumier français poursuit son évolution. Celle-ci, inquiétante pour les uns, encourageante en partie pour les autres, finit par jouer le rôle de catalyseur pour une nouvelle mobilisation des distillateurs à la Martinique.

1.5.1. Un marché national en baisse constante, mais changeant

Aux débuts des années quatre-vingts, la chute de la consommation de rhum sur le marché français se poursuit de façon dramatique, comme l'illustre le graphique ci-après. Malgré l'organisation très structurée du marché et la réglementation fiscale spécifique dont bénéficient les rhums traditionnels des DOM, ces derniers ne sont pas épargnés par le marasme. Le CODERUM (1986) précise que cette récession ne touche pas seulement le rhum, mais la quasi-totalité des spiritueux. Les modes de consommation sont en pleine mutation, marqués par une régression de l'habitude des digestifs dans les cafés. A ceci, s'ajoutent les effets de la lutte anti-alcoolique et l'alourdissement de la fiscalité.

Graphique 49 : Consommation de rhum sur le marché français à partir de 1951



D'après : CIRT-DOM

Il s'agit cependant d'une évolution différentielle. Le marché du rhum industriel ambré, qui demeure jusqu'à cette époque le rhum courant en France, est durement frappé par la récession. Ce produit, à l'origine imprécise et sans spécificité, pâtit d'une image vieillissante qui le confine à des usages culinaires. En revanche, le rhum agricole blanc profite d'un effet de mode, tant chez les connaisseurs que chez les néophytes. Cette tendance, l'associant à la jeunesse et à la dimension festive, est favorisée par le développement touristique des Antilles françaises dans les années quatre-vingts. Ce produit se démarque désormais nettement du rhum industriel ambré, avec une progression annuelle de 3 à 4% (CODERUM, 1986). Cette tendance ne compense pas la mévente du rhum ambré, mais est symptomatique des changements en cours ; changements que les distillateurs martiniquais ont le grand mérite d'avoir pressenti avant d'autres. À la Martinique, le profil de production des rhums, caractérisé par la prédominance de rhum industriel jusqu'aux années soixante, s'inverse totalement⁸ : la production de rhum agricole croît fortement, en réponse à la demande du marché français. Les distillateurs à la Martinique sont d'autant plus intéressés par cette expansion, que la consommation intérieure décroît à cette époque, reflétant la déprise générale au niveau national (cf. tableau suivant).

Tableau 92 : Commercialisation du rhum agricole Martinique en 1984 et 1985

	Vente sur le marché martiniquais	Exportation sur le marché français (contingent)	
		Vente en vrac	Bouteilles
1984	22 277	29 945	4 868
1985	21 109	34 243	5 871
Evolution 85/84	-5,53%	+ 14,35%	+ 20,6%

Source : CODERUM, 1986

⁸ cf. graphique 3, chapitre I.

Parallèlement, la concentration industrielle se poursuit : des distilleries ferment et le nombre d'acteurs concernés par l'appellation se réduit. En 1986, il ne reste plus que 12 unités, contre 21 en 1972.

1.5.2. Une réorientation de la politique des négociants

Dans ce contexte, en phase avec l'évolution générale du marché agro-alimentaire vers la recherche d'authenticité par les consommateurs, les négociants prennent conscience qu'ils doivent réorienter leur politique marketing vers la promotion de l'origine du produit. Ils se positionnent de façon à faire partie intégrante des « producteurs locaux ». Les premières chaînes d'embouteillage voient le jour dans les distilleries appartenant à des négociants, qui expédiaient auparavant la totalité de leur production en vrac. Ces industriels voient désormais d'un œil différent l'AOC et ses potentialités. Cette prise de conscience, visant à justifier le prix plus élevé du rhum agricole blanc de Martinique par rapport aux rhums industriels, conduit à une plus grande implication de leur part dans la démarche de qualification. La motivation de tous se renforce, en dépit des contraintes que suppose l'appellation. Il s'ensuit une réouverture des débats au cours de l'année 1986. Jean-Pierre BOURDILLON⁹, un des membres fondateurs de l'APPERAM en 1972, alors responsable de la distillerie La Mauny et président du CODERUM, devient le chef de file de ce mouvement, qu'il justifie de la sorte : « *L'AOC anoblira le produit, à un moment où l'on constate une diminution en Métropole de la consommation globale du produit "rhum", alors que la consommation du rhum agricole est en progrès. L'AOC pour les professionnels est un atout économique qu'il convient de sauvegarder de façon à maintenir en vie les distilleries* » (CODERUM, 1986).

L'adhésion des représentants des groupes nationaux à la demande des distillateurs martiniquais est décisive : elle permet de réinitier une véritable démarche collective. Celle-ci repose au départ sur l'important investissement de personnes charismatiques, comme Jean-Pierre BOURDILLON, faisant la liaison entre niveaux national et local, tandis que les perspectives de réussite paraissent encore faibles et lointaines. Ainsi, la Fédération nationale des producteurs de rhums (FENARUM) renouvelle en 1988, au nom du CODERUM, la demande de reconnaissance en AOC pour le rhum agricole produit à la Martinique. Cette mobilisation professionnelle conduit à la réouverture du dossier en 1989, année où l'INAO confirme le principe de qualification.

2. TRAVAUX PREPARATOIRES : CONCESSIONS ET COMPROMIS

Cette première bataille gagnée, les producteurs de rhums agricoles sont loin d'être au bout de leurs efforts. Commencent alors les travaux préparatoires, fruits d'une réflexion collective, entrecoupée et nourrie par les visites des Commissions d'enquête et des agents de l'INAO.

⁹ Président directeur général du groupe BBS, cet acteur charismatique de la profession rhumière martiniquaise, d'origine métropolitaine, était également président du CODERUM, jusqu'à son décès en 1998.

2.1. 1989 : première Commission d'enquête et relance du dossier

Après une période de latence de quinze ans, la procédure de qualification est officiellement relancée en 1989. Une nouvelle Commission d'enquête, la première pour cette nouvelle étape, est mandatée pour réétudier le dossier, partant du point où celui-ci en était resté depuis 1976. Sur place, cette Commission s'attache à l'étude du lien entre matière première et typicité du produit fini. Les réflexions portent également sur les objectifs qualitatifs de l'appellation, la réglementation et la structuration de la filière rhum agricole. Comme le souligne le représentant de l'INAO, François RONCIN (1994), cette étape est menée grâce à l'étroite collaboration des acteurs basés à la Martinique, l'INAO ne pouvant seule porter un regard objectif sur les « bons usages » de l'élaboration d'un produit dont elle ne connaît nullement les us et coutumes.

Sur le plan organoleptique, des études sont requises afin de cerner l'éventail qualitatif que la profession considère comme faisant partie de son patrimoine gustatif. Les premières études sur l'analyse sensorielle et les aspects qualitatifs de l'appellation sont menées au CTCS en 1990.

Sur le plan organisationnel, il est demandé aux professionnels de la filière rhum agricole de mettre en place un syndicat de défense, afin de constituer le dossier AOC et encadrer la démarche collective vers la « qualité ». Le Syndicat de défense de l'appellation d'origine « Rhum agricole Martinique » (SDAORAM) est créé fin 1992¹⁰. Censé regrouper l'ensemble des acteurs concernés par l'AOC, ce syndicat professionnel a pour mission de construire la qualification en concertation avec l'INAO. Cette construction, comme le rappellent Sandrine SCHEFFER et François RONCIN (1999), passe par : (i) une démarche d'identification des points clés de l'AOC, concernant les usages locaux, loyaux et constants, sur lesquels reposent l'élaboration de la typicité du produit, en relation avec le terroir ; (ii) une sélection et une codification des usages, jugés déterminants pour cette typicité. Il s'agit là d'un travail collectif de réflexion des demandeurs, encadrés par l'INAO, visant à garantir l'origine et la typicité du produit. Le rôle du syndicat s'avère à ce titre déterminant.

Sur le plan réglementaire, une première étape consiste à statuer sur les questions de terminologie. Conforme aux remarques de 1976, la Commission d'enquête de 1989 juge nécessaire que soit abandonnée « l'Appellation d'Origine Simple » dans les DOM, pour éviter toute confusion chez le consommateur. Cette demande est une nouvelle fois rejetée par les pouvoirs publics, qui ne souhaitent pas, par-là, marginaliser les autres rhums domiens¹¹. Faute d'obtenir cette suppression de l'AOS dans les DOM, l'INAO réitère avec d'autant plus de fermeté sa volonté de voir restreindre l'usage du mot « Martinique » aux rhums agricoles en AOC, comme préalable à la qualification. Cette question passe par une longue concertation interne à la profession rhumière martiniquaise, incluant la SAEM du Galion, seule concernée désormais par le rhum « non-agricole ». La SAEM ayant du mal à renoncer à

¹⁰ Rappelons qu'en annexe 1.11 se trouve la composition du Syndicat de défense de l'appellation d'origine (SDAORAM).

¹¹ Pour éviter toute confusion avec l'AOC dans l'esprit du consommateur, l'Appellation d'origine simple est dissoute en France avec la loi du 2 juillet 1990 pour tous les produits, exception faite des seuls DOM. De fait, la mention « Appellation d'Origine Guadeloupe » est jusqu'ici maintenue pour les rhums traditionnels produits dans l'île sœur, de même que les appellations équivalentes à la Réunion et en Guyane, celles-ci restant sans commune mesure avec l'AOC « Martinique ». Néanmoins, la coexistence des deux types d'appellations peut toujours prêter à confusion.

l'utilisation de l'appellation « Martinique » pour le RTS, moult discussions sont nécessaires avant la signature d'un protocole d'accord cinq ans plus tard, en 1994.

La réponse progressive à ces différends fait évoluer la construction jusqu'en 1994, vingt ans après la première demande. Par contre, les questions de contingentement et de fiscalité ne font plus blocage, l'INAO et les instances gouvernementales s'étant finalement accordées depuis 1976.

2.2. 1992-1995 : organisation collective et seconde Commission d'enquête

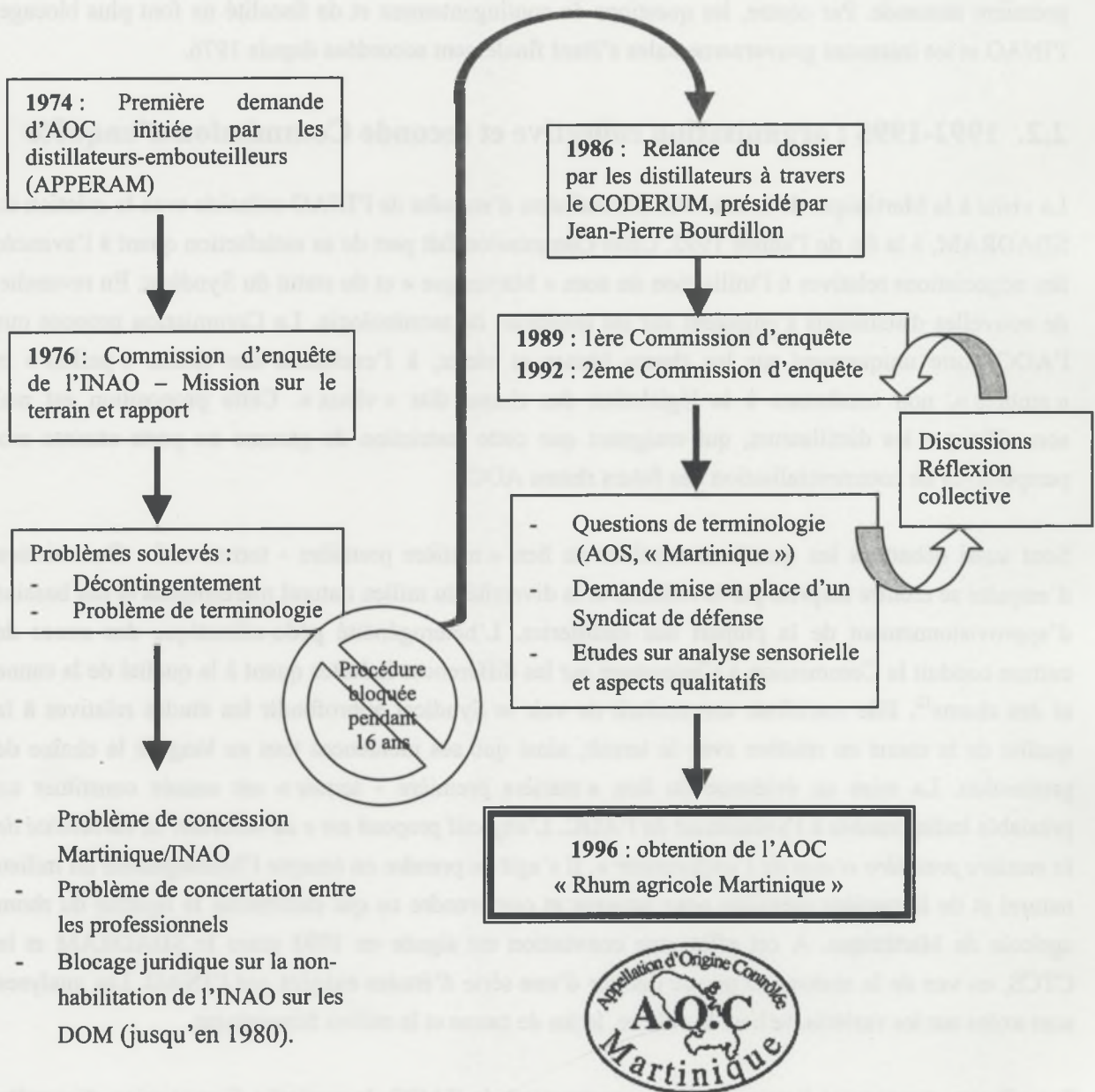
La visite à la Martinique de la nouvelle Commission d'enquête de l'INAO coïncide avec la création du SDAORAM, à la fin de l'année 1992. Cette Commission fait part de sa satisfaction quant à l'avancée des négociations relatives à l'utilisation du nom « Martinique » et du statut du Syndicat. En revanche, de nouvelles discussions s'engagent sur les questions de terminologie. La Commission propose que l'AOC porte uniquement sur les rhums blancs et vieux, à l'exclusion des rhums « pailles » et « ambrés », non conformes à la législation des rhums dits « vieux ». Cette proposition est mal accueillie par les distillateurs, qui craignent que cette restriction de gamme ne porte atteinte aux perspectives de commercialisation des futurs rhums AOC.

Sont aussi débattues les questions relatives au lien « matière première - terroir ». La Commission d'enquête se montre surprise par la richesse et la diversité du milieu naturel martiniquais et des bassins d'approvisionnement de la plupart des distilleries. L'hétérogénéité pédo-climatique des zones de culture conduit la Commission à s'interroger sur les différences induites quant à la qualité de la canne et des rhums¹². Elle manifeste son souhait de voir le Syndicat approfondir les études relatives à la qualité de la canne en relation avec le terroir, ainsi que ses incidences tout au long de la chaîne de production. La mise en évidence du lien « matière première - terroir » est censée constituer un préalable indispensable à l'avènement de l'AOC. L'objectif proposé est « *de valoriser la variabilité de la matière première et non de l'uniformiser* ». Il s'agit de prendre en compte l'hétérogénéité du milieu naturel et de la matière première pour prouver et comprendre ce qui caractérise la typicité du rhum agricole de Martinique. A cet effet, une convention est signée en 1993 entre le SDAORAM et le CTCS, en vue de la réalisation par ce dernier d'une série d'études exigées par l'INAO. Les analyses sont axées sur les variétés, le lieu de culture, le jus de canne et le milieu fermentaire.

Par ailleurs, concernant l'avancée de la construction de l'AOC, la nouvelle Commission d'enquête demande que soient entamés les travaux sur : (i) les textes réglementaires relatifs à l'agrément des rhums AOC ; (ii) la délimitation de l'aire géographique AOC, sur la base des terres à canne en usage depuis le passage de la Commission en 1975. Enfin, il est demandé aux producteurs de préparer une « charte de qualité » pour le processus d'élaboration du rhum agricole et, plus précisément, pour la phase de fermentation. L'objectif est d'établir des références analytiques fines sur le produit aux différents stades de sa fabrication. Un contrôle organoleptique obligatoire est prévu pour la procédure d'agrément des rhums blancs et vieux.

¹² Le chapitre suivant permet d'analyser la prise en compte des liens matière première - terroir - rhum agricole.

Figure 30 : Etapes de la construction de l'AOC « Rhum agricole Martinique »



D'après : Enquêtes 1999-2002

2.3. 1996 : promulgation du décret tant attendu

Une première ébauche de décret, faite par la profession, est soumise à l'INAO fin 1995. Durant six mois, distillateurs et INAO négocient chaque article, point par point, jusqu'à la promulgation des décrets officiels de l'AOC « Martinique » en novembre 1996¹³, sept ans après la réouverture du dossier. Par communiqué de presse en date du 18 octobre 1996, le Ministère de l'Agriculture et celui de l'Outre-mer déclarent conjointement : « *Cette appellation d'origine contrôlée est la première attribuée à un produit de l'Outre-mer français. Elle s'inscrit dans une démarche visant à faire reconnaître les caractéristiques particulières du rhum agricole traditionnel de la Martinique par rapport aux autres rhums commercialisés sur le marché. Cette AOC reconnaît la typicité et les caractéristiques spécifiques du rhum traditionnel agricole, qui est intimement lié à l'histoire et à la culture de la Martinique et tient en outre une place importante dans l'économie de ce département. La production de rhum y fait vivre près d'un millier de personnes et représente un chiffre d'affaires annuel de 240 millions de francs [36 millions d'euros]* ». Cette déclaration révèle le caractère fortement politique de cette qualification.

Durant les travaux préparatoires, des points de désaccords sur la question du lien « matière première - terroir » sont survenus entre l'INAO et les distillateurs ; lien que ces derniers tendent à minimiser au regard des usages industriels. L'INAO déplore également la prédominance des choix économiques, liés à l'approvisionnement préférentiel à partir des plaines mécanisables. Ces orientations apparaissent en contradiction avec la philosophie de l'AOC prônée par l'INAO. Malgré tout, l'AOC Martinique a pu se mettre en place, moyennant diverses concessions faites par les deux parties. La figure ci-contre résume les principales phases de cette longue construction.

En conclusion, la construction de l'AOC « Rhum Agricole Martinique » commence dès le début de l'histoire rhumière de l'île. Elle repose sur l'élaboration progressive d'usages spécifiques, transmis au fil des générations de distillateurs, ainsi que sur la mise en valeur d'un territoire. Toutefois, c'est surtout dans la seconde moitié du XX^e siècle que se manifeste la volonté de protéger et de différencier le produit. Cette volonté émane d'un groupe d'hommes qui sauront, non sans mal, faire aboutir le projet. Il s'agit d'acteurs qui se sont montrés très tôt conscients de la spécificité du rhum agricole produit et embouteillé à la Martinique. Ils ont également su prendre conscience de ses avantages commerciaux pour l'exportation en France, face aux rhums industriels sans assise territoriale. Cependant, cette construction ne s'est pas faite sans compromis. Elle reflète en cela le processus de construction de la plupart des Appellations, telle celle mise en place pour le Brocciu Corse, fromage de lactosérum (« petit lait »), comme l'explique Jean Antoine PROST (1996) : « [...] un certain nombre de conflits sont nés de l'application du décret d'Appellation, particulièrement autour des conditions de production ». Le chapitre suivant permettra d'approfondir la façon dont ont été résolus (contournés ?) certains conflits dans le cas de l'AOC Martinique, principalement autour de la notion de terroir.

¹³ cf. annexe 3.2 (JORF, 1996a) et annexe 3.3 (JORF, 1996b).

CHAPITRE XI - PRINCIPE DE BASE DE L'AOC : ANCRAGE AU TERROIR OU AU TERRITOIRE ?

En rattachant officiellement le produit à son origine, le concept d'AOC favorise le développement d'une activité agro-alimentaire au sein d'une zone géographique donnée, d'un territoire, en adéquation avec les objectifs politiques assignés aux signes officiels de qualité : « *fixer sur le territoire la production agricole et alimentaire et assurer le maintien de l'activité économique, notamment en zones rurales défavorisées, par une valorisation des savoir-faire et des bassins de production* »¹. Par exemple, dans le cas du Brocciu Corse – évoqué au chapitre précédent – l'AOC conforte l'activité d'élevage à travers la protection d'origine du produit. Tout ce qui permet de justifier de l'origine (races locales, modes d'exploitations particuliers) et d'une tradition spécifiques (savoir-faire locaux) est mis en valeur et favorise le développement de la zone concernée (PROST, 1996). Dans cet esprit, le concept d'AOC repose sur un principe de base : l'ancrage au terroir, au sens large.

Le présent chapitre vise à s'interroger sur l'application de ce principe dans le cas de l'appellation rhumière « Martinique ». Après quelques précisions d'ordre conceptuel et méthodologique (section 1), il s'agit d'analyser ce qu'il en est de cet ancrage : d'une part, au travers des liens canne-terroir-rhum et des incidences sur la délimitation de l'aire géographique AOC (section 2) ; d'autre part, en matière de codification des usages dans le cahier des charges (section 3). Cette analyse nous conduit à une réflexion quant à la reproductibilité de la typicité du « Rhum agricole Martinique » (section 4).

1. AOC, « TERROIR » ET « TERRITOIRE »

La présente section amène à préciser les différentes acceptions de « terroir », par comparaison au « territoire », selon les champs disciplinaires, avant de s'interroger sur l'efficacité de la démarche AOC Martinique, quant à la prise en compte de l'« ancrage au terroir ».

1.1. Territoire et terroir : définitions

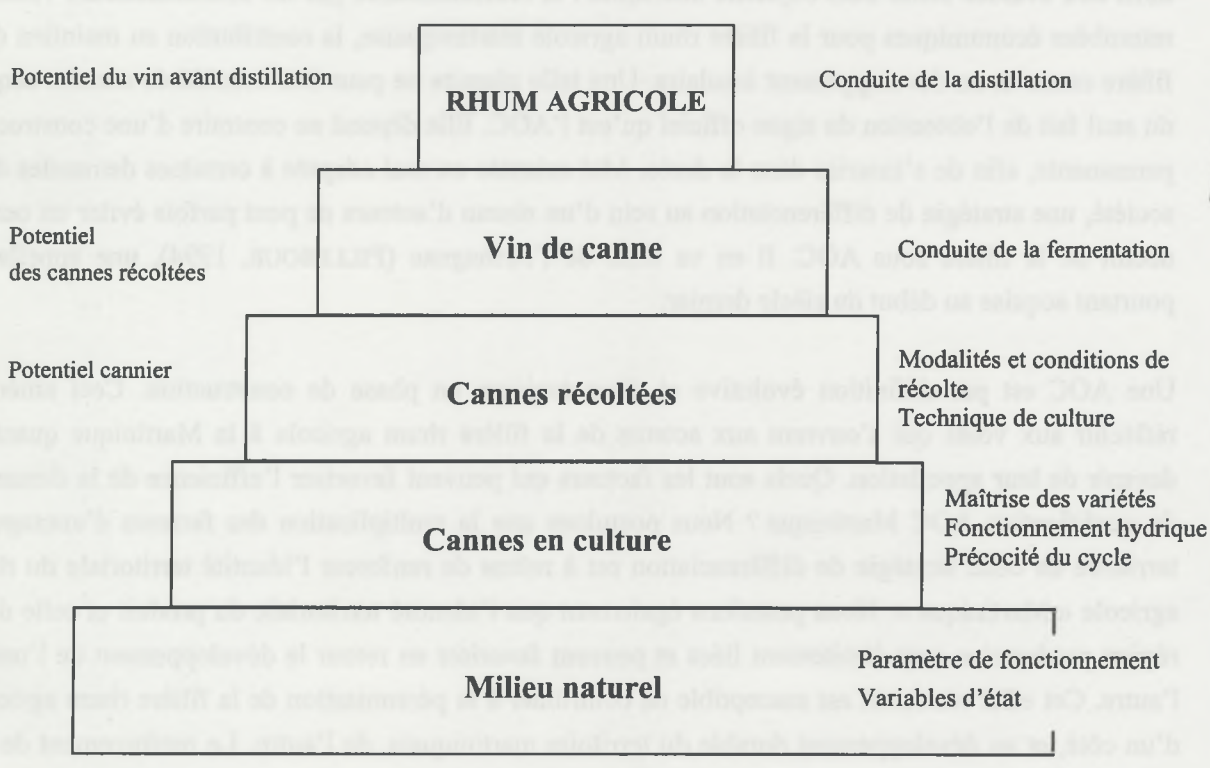
Le territoire correspond à un espace géographique associé à la totalité de l'activité humaine, comme explicité au chapitre I. Par contre, le terroir est habituellement associé à un espace plus restreint que le territoire et à des activités plus spécifiquement agricoles. Ce terme de terroir a une double acception historique (JOUVE, 1989). La première, qui a été très utilisée par les chercheurs africanistes, relève d'une définition géographique. Elle s'apparente au finage, en tant que « *portion de territoire appropriée par une communauté locale, qui en tire ses moyens de subsistance* ». La seconde acception se réfère au terroir comme « *une unité de milieu physique qui présente un certain nombre de*

¹ Article L. 640-1, du nouveau code rural, livre VI, d'après la loi d'orientation agricole votée par l'Assemblée nationale, 13 octobre 1998 (Titre IV- Qualité et identification des produits - Article 39 a).

caractères homogènes et qui fait l'objet d'un mode d'exploitation particulier ». Cette acception est celle classiquement adoptée par les agronomes et les géographes ruraux en France. Le terroir ainsi défini se situe à la conjonction d'une unité de milieu physique (facteurs naturels) et d'un mode d'exploitation (facteurs humains). En Bourgogne par exemple, l'aire géographique AOC est délimitée au mètre près (selon la pente, l'exposition, la profondeur d'argile, etc.).

Pour l'INAO, dans le cadre de l'élaboration d'un produit AOC, le « terroir » désigne « le système d'interactions, au sein du territoire, entre les facteurs du milieu naturel et les facteurs techniques et humains » (RONCIN, 1999). Les facteurs du milieu naturel correspondent à ses composantes pédo-climatiques, tandis que les facteurs techniques et humains se rapportent aux usages locaux, loyaux et constants mobilisés pour élaborer le produit final et favorisant l'expression du terroir agronomique. Cette définition de l'INAO introduit une troisième acception, qui rejoint celle du terroir au sens agronomique. En plus des premiers critères soulignés, les dimensions sociale, historique et culturelle de la constitution du terroir sont prises en compte. Enfin, l'INAO considère le terroir comme la résultante d'une production spécifique. De ce point de vue, l'exploitation d'un terroir (AOC) aboutit à un produit spécifique, qui lui-même participe à la singularité de ce terroir. Pour l'AOC « Rhum agricole Martinique », les liens théoriques entre le terroir et le rhum, en passant par la canne et le vin – tels que se le représente l'INAO – sont schématisés ci-dessous.

Figure 31 : Schéma théorique représentant le système Terroir / Canne / Vin / Rhum



Source : FABIAN et al., 1998

1.2. Efficience de la démarche AOC et ancrage au territoire : questionnement

C'est la combinaison de facteurs qui détermine la typicité (les spécificités, la personnalité) du produit en AOC ; une typicité que le produit est par définition censé puiser dans son terroir d'origine. Ce faisant, il cherche à valoriser les véritables potentialités agro-pédologiques d'une région, au lieu de les sacrifier à une logique de concurrence ignorante de ces potentialités. Il diffère en ce sens du produit agricole standard, banal, destiné à assurer une simple fonction alimentaire. De tels produits incitent à délocaliser les productions au profit des zones les plus aptes à assurer le coût le plus bas. C'est ainsi que le départ de la firme Baccardi de la Martinique relève, comme nous l'avons vu au chapitre VI, d'une stratégie de délocalisation industrielle en réponse à la recherche de rentabilité économique ; une stratégie à l'exact opposé de l'ancrage au territoire, recherché à travers une démarche de qualification AOC². Cette problématique rejoint celle développée par Gioacchino GAROFOLI (1996), qui fait le lien entre le défi de la dialectique local-global et « *la capacité [pour les entreprises] de s'installer sur le marché international à partir de connaissances, de compétences et de ressources spécifiques à un territoire et qui ne sont pas facilement exportables dans d'autres espaces* ». Précisément, le produit AOC – destiné à être vendu en dehors du marché local – relève d'une démarche locale et fixe l'activité au sol. L'efficacité de la démarche repose sur le fait que le consommateur accepte de « jouer le jeu » : « *s'il reconnaît la différence dans un produit à forte identité, il acceptera de payer cette différence* », précise un représentant de l'INAO, BERTRAN DE BELANDA (1999).

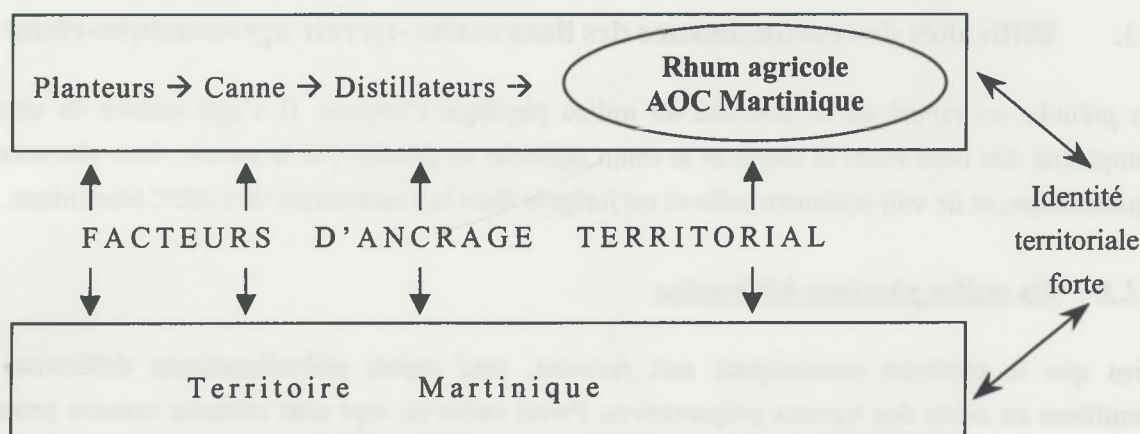
La réussite de la stratégie de différenciation menée par les distillateurs localisés à la Martinique peut ainsi être évaluée selon trois objectifs imbriqués : la reconnaissance par les consommateurs visés, les retombées économiques pour la filière rhum agricole martiniquaise, la contribution au maintien de la filière canne et au développement insulaire. Une telle réussite ne peut être considérée comme acquise du seul fait de l'obtention du signe officiel qu'est l'AOC. Elle dépend au contraire d'une construction permanente, afin de s'inscrire dans la durée. Mal orientée ou mal adaptée à certaines demandes de la société, une stratégie de différenciation au sein d'un réseau d'acteurs ne peut parfois éviter un certain déclin de la filière sous AOC. Il en va ainsi de l'Armagnac (PILLEBOUE, 1994), une appellation pourtant acquise au début du siècle dernier.

Une AOC est par définition évolutive et donc toujours en phase de construction. Ceci amène à réfléchir aux voies qui s'ouvrent aux acteurs de la filière rhum agricole à la Martinique quant au devenir de leur appellation. Quels sont les facteurs qui peuvent favoriser l'efficacité de la démarche de qualification AOC Martinique ? Nous postulons que la multiplication des facteurs d'ancrage au territoire de cette stratégie de différenciation est à même de renforcer l'identité territoriale du rhum agricole « Martinique ». Nous postulons également que l'identité territoriale du produit et celle de la région productrice sont étroitement liées et peuvent favoriser en retour le développement de l'une et l'autre. Cet effet rétroactif est susceptible de contribuer à la pérennisation de la filière rhum agricole, d'un côté, et au développement durable du territoire martiniquais, de l'autre. Le renforcement de ces

² Bien que vécu comme l'illustration de la menace représentée par les pays tiers, ce retrait de Baccardi n'a-t-il pas permis au rhum agricole Martinique de mieux se positionner sur son territoire ?

interactions permettrait alors d'asseoir la réussite de la qualification mise en place (cf. fig. 32) et de contribuer par voie de fait à la pérennité de la production cannière à la Martinique.

Figure 32 : Multiplication des facteurs d'ancrage au territoire de la stratégie de qualification AOC, pour une identité territoriale forte du produit et de la région



Réalisation : H. MBOLIDI-BARON

Qu'en est-il de ce schéma dans la réalité ? Telle est la question que nous nous proposons de traiter dans ce chapitre et les suivants³, en considérant les multiples dimensions de l'ancrage au territoire, à savoir : (i) ancrage du produit au terroir, au sens large ; (ii) construction sociale de la filière et stratégies d'entreprise (modes de coopération, positionnement du produit, choix du segment de marché) ; (iii) dimension patrimoniale du produit (liens historiques et géographiques au territoire) et la valorisation des aménités territoriales dans sa mise en scène.

Parmi les différentes dimensions de l'ancrage au territoire, la première mise en avant dans le cadre d'une qualification AOC coïncide avec l'ancrage agronomique. Il s'agit d'intégrer la variabilité liée à la matière première, afin de révéler les caractéristiques du produit final dues au milieu naturel. Les sections suivantes conduisent à voir ce qu'il en est en pratique pour la démarche AOC Martinique⁴, à travers les liens avec le milieu physique, la codification des usages et l'identification de la typicité du produit.

³ Ce faisant, une référence est faite tout au long de ces chapitres à la réflexion menée par François RONCIN (1999), concernant la distinction des facteurs territoriaux et sectoriels dans la réglementation d'un produit d'origine, en prenant l'exemple du rhum agricole Martinique ; réflexion dont nous prenons en partie le contre-pied, en tâchant de rendre compte des conflits et compromis qui ont accompagné l'émergence de l'AOC « Martinique ».

⁴ Ce chapitre, comme le précédent, repose sur l'exploitation de divers documents émanant de l'INAO ou de l'interprofession rhumière, ainsi que sur les enquêtes effectuées. Il s'appuie également sur de multiples témoignages, extraits de la presse quotidienne martiniquaise. Ce recours (prolongé dans les chapitres suivants) permet de renforcer le crédit de certaines prises de position et d'étayer les données recueillies dans la confidentialité des interviews.

2. A TRAVERS LES LIENS AVEC LE MILIEU PHYSIQUE : DE L'EXPLICITE A L'IMPLICITE

Après une analyse de la reconnaissance des liens canne - terroir agronomique - rhum, cette section retrace la mise en place de l'aire géographique AOC Martinique. Elle amène à réfléchir aux limites et aux perspectives de révision de cette délimitation.

2.1. Difficultés de reconnaissance des liens canne -terroir agronomique-rhum

En prélude, un rappel de la diversité du milieu physique s'impose. Il s'agit ensuite de cerner la complexité des liens entre la canne et le rhum agricole, en passant par le terroir, dans son acception agronomique, et de voir comment celle-ci est intégrée dans la construction de l'AOC Martinique.

2.1.1. Un milieu physique hétérogène

Bien que le territoire martiniquais soit restreint, neuf unités pédoclimatiques différentes sont identifiées au cours des travaux préparatoires. Parmi celles-ci, sept sont retenues comme présentant des conditions satisfaisant les exigences agronomiques de la canne⁵. Elles sont classées au sein de trois grands ensembles (INAO, 1995), à l'intérieur desquels se repèrent les bassins d'approvisionnement ou exploitations des distilleries (cf. carte 1 ; p. 2).

– L'ensemble humide du Nord comprend trois zones.

(i) La zone Nord Atlantique inclut l'Habitation Chalvet (Basse-Pointe), de l'Exploitation Agricole la Montagne Pelée (EAMP, de la distillerie Depaz), ainsi que l'exploitation Bellevue (distillerie JM Crassous de Médeuil). Cette zone se caractérise par une morphologie de glacis d'accumulation, sur lesquels se sont développés des sols récents sur ponces. La pluviosité y est très élevée, sans saison sèche marquée.

(ii) La zone de Sainte-Marie réunit l'exploitation SMCS (de la distillerie Saint-James), ainsi que quelques petits planteurs localisés à ses alentours. Elle présente le même sol que le précédent, mais associé à la genèse d'hallowites dues à une dessiccation temporaire. Elle se caractérise par une fertilité élevée, synonyme de fortes potentialités agrotechnologiques. La pluviométrie y est inférieure à celle relevée plus au nord, mais reste cependant élevée.

– L'ensemble correspondant à la région littorale, côté Caraïbe, comprend également trois zones.

(iii) La zone Nord Caraïbe recouvre l'essentiel des terres de l'EAMP et l'intégralité de l'exploitation de la distillerie Neisson (Saint-Pierre et Carbet). Elle se caractérise par des sols récents sur ponces, avec une pluviosité nettement inférieure à la zone Nord Atlantique. Il s'ensuit d'excellentes conditions de maturation, conduisant à des rendements technologiques élevés ; quoique les rendements agronomiques (en particulier chez Neisson, au Carbet) puissent s'avérer par endroits limités par la pluviosité.

⁵ Rappelons que les caractéristiques de sols et de climat de l'aire de culture de la canne à la Martinique, ainsi que les exigences agronomiques de cette plante, ont été présentées dans la première partie (cf. chap. III).

(iv) La zone alluviale centrale intègre les communes du Lamentin, de Ducos et de Rivière-Salée. En plus de multiples moyens et petits planteurs, on y retrouve les exploitations Lareinty et Lapalun, qui approvisionnent préférentiellement la distillerie du Simon, au François. Cette zone présente des sols alluviaux profonds de texture argileuse. Elle se caractérise par une certaine hydromorphie par endroits en saison pluvieuse, un déficit climatique marqué pendant la phase de maturation et une variation de rendements en fonction de la réserve utile.

(v) La zone littorale du Sud Caraïbe comprend la commune de Sainte-Luce, où se localise l'exploitation de la distillerie Trois-Rivières, ainsi que les autres planteurs contribuant à son approvisionnement. L'originalité de cette zone tient en la présence de vertisols, associés à un important déficit pluviométrique durant la période de maturation. Si les rendements agricoles s'en trouvent limités, les rendements technologiques sont optimum.

– L'ensemble intermédiaire comprend deux zones.

(vi) La zone de Trinité-Robert réunit les communes de Trinité et du Robert. Elle inclut l'EAG, ainsi que les parcelles des petits planteurs à ses alentours (colons ou fournisseurs indépendants). Cette zone se caractérise par la prédominance de ferrisols et de vertisols en topographie collinaire, qui lui confèrent un potentiel agro-technologique appréciable.

(vii) La zone de mornes du Sud correspond pour l'essentiel à la commune de Rivière-Pilote, où se situe l'exploitation de la distillerie La Mauny, ainsi que nombre de petits planteurs approvisionnant cette dernière. Dans cette zone, les ferrisols et les vertisols prédominent également, sur une topographie très accusée. Celle-ci constitue le principal handicap à la culture de la canne dans cette zone.

Les disparités de sols et de climats du « terroir » pris en considération pour l'AOC Martinique sont aisément observables. Elles induisent des variations qualitatives de matière première, qui caractérisent l'hétérogénéité du cru. Cependant, cette hétérogénéité est-elle le vecteur d'une typicité ? Comment celle-ci est-elle définie ?

2.1.2. Complexité des liens entre typicité du rhum et « terroir »

Les études sur les liens matière première - terroir agronomique - rhum agricole sont initiées par le CTCS entre 1993 et 1995. Elles mettent en évidence certaines influences du sol et du climat sur les caractéristiques de la canne, notamment sur le taux de fibre de la canne et la teneur en éléments minéraux (CTCS, 1993b, 1995c). Toutefois, aucune corrélation n'a pu être démontrée entre les caractéristiques du milieu, de la canne et du produit fini ; liens délicats à mettre en exergue.

Expliciter ces liens suppose d'intégrer la multiplicité des facteurs susceptibles d'influer sur la qualité du produit fini. Ceux relatifs au développement et à la maturation de la canne sont les premiers mis en avant, en rapport avec la quantité de matière sucrée fermentescible à l'hectare⁶. D'autres paramètres

⁶ Combinaison du rendement agricole à l'hectare et de la teneur de la canne en glucose, fructose et saccharose.

sont tout aussi importants pour définir l'aptitude rhumière de la canne. Il en va ainsi des minéraux et vitamines (le « non-sucre ») contenus dans la plante. Ces derniers servent de nutriments aux micro-organismes lors de la fermentation et donnent naissance aux arômes primaires du rhum (FAHRASMANE, GANOU-PARFAIT, 1999). Le type et la densité des micro-organismes exogènes (notamment des levures) présents dans les livraisons, influent également (cf. encart 10).

Encart 10 : Facteurs d'arômes pour les rhums

Plusieurs facteurs contribuent aux propriétés aromatiques des rhums.

1) La matière première contribue à l'arôme primaire, d'où des nuances organoleptiques entre rhums industriels (à base de mélasse) et rhums agricoles (à base de vesou). Cependant, la variabilité induite spécifiquement par les différentes variétés de canne n'est jusqu'ici pas perceptible ; point en rapport avec une sélection exclusivement orientée jusqu'à ce jour vers la fabrication de sucre. Le terroir agronomique (au sens large) influe sur cet arôme primaire à travers les données pédo-climatiques (pluviosité, ensoleillement, types de sol, etc.).

2) L'arôme secondaire dépend de la présence, de la densité et de l'activité de la flore microbienne (levures et bactéries), qui interviennent au cours de la fermentation. Ces caractéristiques varient selon de nombreux facteurs, relatifs à la « chaîne de qualité » entre champs et distillerie. L'influence du terroir agronomique peut aussi être appréhendée à ce niveau, tant à travers les livraisons de canne (modes et conditions de récolte) et les apports de terre⁷, qu'à travers la composition de l'eau utilisée pour constituer le moût ; des apports dont dépend une partie de la flore présente dans le milieu fermentaire. L'activité de cette flore et la modulation des groupes bactériens présents dépendent de l'état sanitaire de la canne et des autres composants du moût. Les facteurs humains prennent ici toute leur importance, à travers la conduite de la fermentation (acidification, apport de levures, etc.) : il s'agit pour le distillateur de maîtriser la flore bactérienne, dont l'hyperactivité peut nuire à la qualité du rhum, du fait de modalités négatives (acidité, etc.) prises par le facteur « arôme secondaire ».

3) L'arôme tertiaire apparaît au cours de la distillation. Des éléments tels la présence de cuivre dans la colonne à distiller, le degré de coulage ou le temps de séjour modulent cette composante organoleptique du rhum. Au cours de l'élaboration de ce dernier, outre les phénomènes de séparation, des réactions chimiques se forment, dont l'estérification, génératrice de composés aromatiques.

4) La fraction aromatique qualifiée de ternaire se forme au cours de la maturation, plus ou moins longue (vieillessement), et de la préparation avant la vente (assemblage, réduction) De cette fraction dépendent en grande partie les caractéristiques des rhums vieux. Pour les rhums blancs, et pour un type de matière première donnée (jus de canne ou mélasse), ce sont les arômes secondaires et tertiaires qui modulent, plus que les autres, le bouquet du produit final et sa variabilité organoleptique.

Synthèse réalisée d'après : FAHRASMANE L., GANOU-PARFAIT B., 1999 ; ROSEMAIN R., BARON H., 1999

Cette diversité de facteurs rend particulièrement complexe l'identification des liens avec le terroir. Cette difficulté est inhérente à toute AOC, comme le montrent Jean-Marcel DORIOZ et *al.* (2000) pour

⁷ La distillerie Saint-James est la seule à la Martinique à posséder un système de lavage des cannes avant broyage, ce qu'elle présente comme un autre « secret de fabrication », « [...] cette opération permettant de faire disparaître tous les micro-organismes contenus dans le sol qui lors de la distillation pourraient donner un goût amer et désagréable ». (URL : <http://www.stjames-rum.com/>).

les productions fromagères des Alpes du Sud. Il en va de même pour les AOC vinicoles (ASSELIN et al., 1999), pour lesquelles les recherches de liens simples entre le produit et des caractéristiques du sol (pH, granulométrie, etc.) ont conduit à des résultats décevants, voire contradictoires. Les recherches s'orientent vers la prise en compte de l'effet terroir en tant que combinaison originale d'un ensemble de facteurs de production. Cette approche synthétique, fort récente au regard de l'ancienneté des AOC vinicoles, tend à reconnaître des « *terroirs élémentaires* » homogènes quant au paysage, au milieu physique et à la maturation du raisin (ASSELIN et al., 1999). La distinction entre facteurs physiques et technico-humains s'avère difficile, voire artificielle. Les très fortes interactions entre ces facteurs pour l'élaboration des propriétés aromatiques des rhums confortent ces propos pour l'AOC Martinique (cf. encart 10).

Pour cette dernière, l'identification de l'influence des facteurs physiques sur le produit final (arôme primaire) se heurte à des difficultés supplémentaires : d'une part, la grande diversité de situations pédo-climatiques qui existe sur un espace somme toute très restreint ; d'autre part, la faible validité des expérimentations initiales, mises en place dans l'urgence, à partir de cultures pré-existantes, n'ayant pas toutes le même âge⁸ ; enfin, le fait que ces liens sont « distendus » par une technique de fermentation agressive, comparativement à ce qui se fait pour la vinification par exemple. Incluant un ajout massif de levures exogènes, ces techniques brutales uniformisent les spécificités dues à la matière première⁹ (RONCIN, 1999). A ceci s'ajoutent la distillation, ainsi que, pour les rhums vieux, le vieillissement. Pour celui-ci, le savoir-faire du maître de chai, personnage clé de cette phase, est jugé déterminant : suivre les réactions chimiques, mesurer l'évaporation dans chaque fût, orchestrer l'ouillage¹⁰. Pour effectuer au mieux ces interventions, « *il faut avoir du nez et du palais* » confirme un employé de distillerie. Plus que toute autre étape, la distillation et le vieillissement sont par ailleurs auréolés d'un certain « mystère », relevant selon les uns et les autres « *des secrets de famille qui ne se dévoilent pas* ». Par rapport à la vinification, ces étapes supplémentaires contribuent à « éloigner » l'eau de vie de son terroir originel. Elles constituent des sources supplémentaires de diversité organoleptique du produit fini, non directement liées au milieu naturel. De plus, lors de la réduction¹¹ des rhums, le terroir agronomique intervient de façon plus ou moins forte à travers l'eau utilisée. Certaines distilleries utilisent de l'eau déminéralisée, tamponnant par-là tout effet « terroir » à ce stade de l'élaboration du produit. D'autres, en revanche, valorisent l'expression du milieu naturel en utilisant de l'eau de source, de composition spécifique.

⁸ De nouvelles études sont en cours avec le suivi de parcelles expérimentales à partir de cannes plantées, dans plusieurs sites de l'île. La lourdeur (et le coût) de tels essais réalisés chez des planteurs explique(nt) qu'ils soient si longs à mettre en œuvre.

⁹ Pour faire face aux coûts croissants de personnel, la mécanisation de la récolte s'est développée (cf. chap. IV, section 4). Les apports de terre qui en résultent dans les livraisons ont conduit à accroître les problèmes de contamination bactérienne lors du stockage des cannes avant broyage ; d'où une altération des fermentations. Ces difficultés ont été résolues par l'assainissement des milieux fermentaires en ayant recours aux levures de fermentation exogène, et ce de façon massive, en plus de l'acidification chimique (DE MINIAC, 1988).

¹⁰ Fait de remettre à niveau les fûts, dont le volume s'est réduit par évaporation (« la part des anges »), en utilisant d'autres rhums de la même année. En moyenne 40% des tonneaux servent à mener à terme le vieillissement d'une année.

¹¹ Après trois mois (minimum) de repos dans des cuves en inox, le rhum blanc distillé (pouvant atteindre jusqu'à 80 degrés d'alcool) est mélangé à de l'eau selon le degré final recherché. Cette phase de réduction influe également sur la libération d'arômes. La qualité de l'eau est d'une importance capitale pour la saveur finale du produit.

Si les travaux se poursuivent à ce propos, les liens entre le rhum et son terroir n'en demeurent pas moins délicats à mettre en évidence, comparativement aux AOC viticoles, et nécessitent plus encore des travaux sur le long terme. Ces difficultés, inhérentes aux AOC ou spécifiques au cas martiniquais, n'en ont pas moins fait l'INAO regretter le peu de résultats sur la question à la Martinique. C'est ainsi que, au regard de l'avancement des travaux, François RONCIN souligne lors de sa visite en 1994 : « *les premières conclusions quantitatives et qualitatives mettent en évidence une hétérogénéité certaine des produits dérivés par processus standard à partir de cannes d'origines géographiquement diverses. S'il s'agit en l'occurrence des premiers résultats indispensables permettant une connaissance plus exhaustive des produits, résultats pouvant alors servir de base aux développements de nouveaux protocoles, il ne semble pas toutefois possible en l'état actuel de définir précisément la notion de terroir* ». L'année suivante, l'INAO réitère son inquiétude à ce propos : « *il est regrettable de ne pas voir figurer davantage d'études relatives aux liens entre les potentialités de terroir et la qualité des cannes qui en sont issues* » (INAO, 1995).

2.1.3. Reconnaissance des liens canne-terroir agricole-rhum : des compromis

Parallèlement à l'absence de démonstration scientifique, qu'en est-il de l'attitude affichée par les acteurs de la filière rhum agricole vis-à-vis de ces liens ?

☛ *Positions antagonistes de l'INAO et de la profession*

Le principe d'ancrage au terroir agricole constitue *a priori* une exigence préalable à l'obtention d'une AOC. Dans le cas de la qualification martiniquaise, les enquêtes révèlent le peu d'engagement des acteurs de la filière rhum agricole sur cette question, ceci pour deux raisons principales : (i) l'importance du « mythe » de la colonne à distiller, à laquelle les distillateurs attribuent l'essentiel des caractéristiques finales du rhum, par rapport à une faible prise en compte de l'apport qualitatif de la matière première ; (ii) la crainte de certains acteurs (planteurs-distillateurs ou grands planteurs) quant aux contraintes qu'aurait pu engendrer une reconnaissance de liens canne-terroir-rhum très spécifiques, pour la gestion des approvisionnements¹². De fait, surtout soucieux de limiter les contraintes, l'ensemble du groupe porteur de la démarche n'adhère pas au principe de cet ancrage au terroir agricole, ce que déplore l'INAO lors des travaux préparatoires (1995) : « *l'influence du terroir sur le rhum n'était pas reconnue par tous les distillateurs comme un problème prioritaire, certains étant plus attachés aux évolutions de technologies d'extraction du jus, de fermentation et de distillation, qu'à la prise en compte de la qualité de la matière première* ». Pire, François RONCIN note lors de l'une de ses visites, en 1992, que : « *Certains producteurs semblent orienter le débat sur l'absence de relations entre le terroir et la qualité du rhum obtenu. Cette attitude est préjudiciable à toute obtention d'une AOC* ». Cette remarque rejoint les conclusions de la Commission d'enquête, en mission à la Martinique en 1995 : « *Le manque d'études qualitatives rejoint par ailleurs l'absence notoire d'intérêt porté jusqu'à présent par les membres du syndicat à la qualité de la matière première* ».

¹² La question d'orientation des livraisons entre filières sucre et rhum agricole a été développée au chapitre VII (§ 3.2). Rappelons que certaines exploitations souhaitent se garder une souplesse de fonctionnement, permise par le double débouché.

En tant qu'arbitre dans cette phase de construction pour un dossier politiquement sensible, l'INAO tient à maintenir sa neutralité, comme le montre une note émise en 1992 : « *le rapporteur de l'INAO est particulièrement soucieux de défendre le principe même des AOC, craignant d'être critiqué par les instances européennes. Il semble clair que la position française en matière de réglementation spécifique sur des produits alimentaires d'origine traditionnelle exige une grande rigueur pour sauvegarder son crédit* ». Cette institution est tenue d'afficher une certaine fermeté envers les distillateurs-producteurs de rhum agricole, tout en composant avec l'environnement politique et socio-économique. Cette tâche est d'autant plus complexe que la filière se montre divisée sur la philosophie de l'AOC, comme en témoigne les divergences de position, selon les entreprises.

☛ *Divergences de positions entre acteurs*

L'opposition à la reconnaissance des liens au terroir et à la matière première est plus ou moins vive, selon les intérêts en jeu, en fonction de l'organisation des approvisionnements. Au sein du groupe porteur de la démarche, deux grands types de positions se sont manifestés. Les distillateurs bénéficiant d'une totale intégration production-transformation de canne n'ont-ils pas lieu d'être les plus favorables à un tel principe ?¹³ En terme de marketing publicitaire, cette relation est d'autant plus mise en avant que la proportion d'auto-approvisionnement est forte ou que la notion de domaine est confortée par la proximité de l'exploitation et de la distillerie. Tel est le cas des distilleries de types D1 et D5 (à raison de 70 à 100% d'auto-approvisionnement). Pour ces dernières, la plus grande rigidité envisagée en terme d'approvisionnement ne représente nulle contrainte. Sur le site Internet de l'une d'entre-elles (D1), les terres et le climat de la région concernée sont valorisés, facteurs auxquels sont attribués la « *finesse* » et le « *goût unique* » du rhum de cette marque. Cette adhésion de principe est particulièrement manifeste pour les distilleries de type D5, pour lesquelles l'auto-approvisionnement en canne va de pair avec une structuration familiale de l'entreprise. Cette préoccupation quant à la valorisation du terroir est illustrée comme suit pour le type D5 : « *Et même si la plupart des distilleries ne considèrent pas comme fondamental l'origine des cannes, au cœur de la Martinique s'entend, le directeur de la distillerie [...] estime que "le terroir joue sur la qualité d'un rhum exactement comme pour un grand vin" »* (propos recueillis par le journaliste Arnaud COHEN, 1997b).

Il en va différemment pour les distilleries appartenant à un grand groupe économique, pour lesquelles l'approvisionnement extérieur domine ou la notion de domaine agricole n'existe pas (types D3 et D4) ; le type D6 se trouve dans une position intermédiaire, en tant qu'entreprise familiale sans exploitation cannière. Ces trois derniers types ont fait part d'une plus grande frilosité quant à la reconnaissance de liens forts entre le produit fini et sa matière première, et donc avec son terroir agronomique originel. Un article de la presse locale, relatif à la distillerie du type D4, rapporte que : « *la distillerie [...] ne considère pas le terroir comme primordial. Le plus important semble ailleurs, en particulier du côté des cuves de fermentation et des colonnes à distiller* ». Lorsque l'aspect qualitatif est pris en compte, il n'est pas pour autant attribué à l'origine de la canne : « *[...] l'important pour nous étant avant tout sa*

¹³ Pour mieux situer la position des différents distillateurs, référence est faite dans les paragraphes suivants à la typologie sommaire établie au chapitre III (cf. fig. 15, p. 169), à laquelle nous renvoyons le lecteur.

fraîcheur, pas son origine » (propos recueillis par COHEN, 1997a). Si cette unité s'avère attentive à la qualité de la canne, principal aléa des livraisons, son faible souci quant à l'origine n'est-il pas lié à la grande diversité géographique d'approvisionnement (Lamentin, Ducos, François, Vauclin, Saint-Esprit) ?

☛ *Des intérêts économiques toutefois communs*

La volonté de sauvegarder la diversité d'approvisionnement est constamment manifestée par l'INAO. Il intègre non seulement la dimension qualitative de l'apport en cannes, mais aussi, indirectement, une dimension sociale, quant à la préservation d'une diversité de types de producteurs (les deux aspects étant liés). Toutefois, cette volonté ne correspond pas aux préoccupations des distillateurs, exceptés les plus dépendants d'un approvisionnement extérieur (types D3 et D6)¹⁴. Au final, les distillateurs se rejoignent quant à un objectif surtout économique de la démarche de différenciation. Mise en parallèle avec le peu d'intérêt accordé à l'ancrage au terroir, cette finalité est parfaitement pressentie dès le départ par l'INAO. François RONCIN déclare, lors de sa visite en 1994 : « *Il apparaît par conséquent que cette demande d'AOC réponde pour le moment bien plus à une stratégie économique qu'à une protection d'acquis sociaux* ». En écho, la Commission d'enquête souligne ce même état de fait un an plus tard : « *l'intérêt porté sur la matière première est occulté par les aspects purement économiques de rentabilité des entreprises de distillerie* » (INAO, 1995).

Ces intérêts professionnels se reflètent dans la priorité accordée aux aspects quantitatifs, dans les études menées et le suivi de fabrication assuré par le CTCS auprès des distilleries, avant 1989 : comparaison des rendements fermentaires, détermination des causes de pertes mécaniques ou fermentaires, etc. ; autant de travaux dans lesquels n'apparaissent que peu les préoccupations relatives à la typicité et à la qualité organoleptique du rhum. Organisme interprofessionnel, dont les actions sont définies au sein d'un conseil d'administration où dominent les distillateurs et les grands planteurs, le CTCS suit les positions du groupe porteur de l'AOC. Ce n'est qu'au cours des travaux préparatoires, sous l'impulsion de l'INAO et à la demande du SDAORAM, que davantage d'études sont entreprises sur les aspects qualitatifs de la production rhumière. François RONCIN (1999) précise, trois ans après l'accession : « *Il a pourtant fallu convaincre le Comité national que la qualité [typicité] particulière du rhum de la Martinique provenait bien des caractéristiques du milieu naturel, et que les hommes mettaient tout en œuvre (encadrement technique et réglementaire) dans leur processus de production pour préserver la qualité potentielle contenue dans la matière première (les cannes destinées au rhum agricole, et non plus la canne à sucre)* ».

En conclusion, plus que l'absence de reconnaissance formelle de liens matière première-terroir agricole-produit fini, difficile à obtenir, l'attitude affichée par les acteurs de la filière rhum agricole vis-à-vis de ces liens a probablement davantage contribué à ralentir l'avènement tant attendu. A travers cette longue construction - et la précipitation des dernières années - apparaissent de multiples divergences, entre INAO et demandeurs, ainsi que les concessions qui ont dû être faites de part et d'autre, à une période où chaque partie souhaitait aboutir rapidement à un accord. Comment

¹⁴ A noter toutefois que les difficultés économiques de l'une d'entre elles rendent moindre son rôle dans la construction de la qualification ; ce qui affaiblit la position de ce sous-groupe, quant au « *maintien des petits planteurs* ».

expliquer ces divergences ? Au cours de l'histoire, les distillateurs martiniquais ont souvent été victimes de l'intervention de l'Etat, qui les a pénalisés (contingentement, taxation, etc.). De fait, n'ont-ils pas perçu l'INAO comme un prolongement de l'Etat ? Les nombreuses difficultés préalables à la mise en place de l'AOC ne tiennent-elles pas en partie à cette méfiance ? De nombreux problèmes sont survenus entre les professionnels de la Martinique et les Commissions d'enquêtes dans la phase préparatoire. Ceux-ci s'expliquent peut-être aussi par le fait que les premiers voyaient dans ces agents mandatés par l'INAO des personnes méconnaissant leur produit (pour la plupart issues du milieu du vin), mais aussi des concurrents dans la fabrication de spiritueux (ressortissants du monde du Cognac). Certes, les missions des Commissions d'enquêtes, constituées de professionnels de la viticulture, peu connaisseurs du rhum, ont conduit les distillateurs à s'interroger sur leurs façons de produire, en vue de sélectionner les « *bons usages* ». Pourtant, jusqu'ici, existe dans le monde des distillateurs à la Martinique une certaine méfiance vis-à-vis de l'INAO.

2.2. Première délimitation de l'aire géographique pour l'AOC rhumière

La divergence de vues entre l'INAO et les initiateurs de la démarche de qualification s'est avérée également forte lors de la délimitation de l'aire d'appellation. Cette question de l'aire géographique définie pour le rhum agricole « Martinique » nous a semblé nécessiter un développement spécifique, vu son importance dans la construction de l'AOC rhumière. Ce développement permet de voir comment a pu être prise en compte la notion d'ancrage au terroir agronomique dans cette délimitation. Il permet également de cerner les potentielles influences de cette nouvelle notion d'aire AOC (pour la filière martiniquaise), en terme de durabilité de la production cannière. L'analyse qui suit conduit à préciser les critères de délimitation initialement choisis. Elle permet par-là de comprendre la problématique ayant conduit à la nécessité d'une révision de cette aire AOC, avant de voir ensuite comment celle-ci est concrètement envisagée.

2.2.1. Une délimitation sans liens explicites au terroir : une gageure ?

Pour une AOC, la délimitation de l'aire de production consiste à fixer la liste des communes bénéficiaires de l'appellation. Un comité d'experts trace sur les plans cadastraux de ces communes les limites parcellaires de l'AOC. Pour ce faire, il s'appuie sur l'origine géologique et les caractéristiques des sols : profondeur, niveau de la nappe phréatique, pente, richesse en argile, etc. Ils tiennent également compte du microclimat, de l'altitude, de l'exposition, de la présence d'une flore naturelle, etc. A la Martinique, la méthodologie à adopter pour définir l'aire AOC a soulevé moult questions : quels critères choisir, quel niveau de délimitation adopter (parcellaire ou cadastral) ?

a) Critères retenus : usage et hydromorphie

Les études débutent en avril 1994 en vue de la délimitation. Ce dossier étant jugé sensible par la profession, il se révèle difficile à mettre en place, ce d'autant plus que peu de références scientifiques sont alors disponibles sur les liens entre le rhum agricole et le terroir agronomique. Ce manque de données paralyse l'avancement du dossier dès 1975, année où se posent déjà des problèmes de définition des « terroirs » à la Martinique. Partant du principe admis pour les AOC viticoles, l'INAO

envisage de faire valoir le potentiel qualitatif des zones de mornes, par rapport aux zones de plaine. Les premières sont conçues en première approche comme plus favorables à la production de masse développée en plaine, jugée sans qualité spécifique. Toutefois, par rapport à ces principes, la réalité martiniquaise est telle que, sans les cannes de plaine, la production rhumière est vouée à devenir quasiment confidentielle. Cette perspective est par conséquent rapidement écartée. Les préceptes valables en viticulture sont difficiles à transposer à la filière martiniquaise, d'autant qu'aucune étude scientifique ne permet d'étayer une telle extension.

Le travail de terrain est réalisé par un ingénieur-technicien de l'INAO, recruté par le SDAORAM. Ces travaux sont effectués sous la direction d'une Commission d'experts¹⁵ basés à la Martinique, désignés par l'INAO, en accord avec le Syndicat. La délimitation de l'aire géographique AOC est effectuée sur la base de sections cadastrales entières, en s'appuyant sur le critère d'usage, c'est à dire en partant des bassins d'approvisionnement des distilleries agricoles considérés comme « usuels ». Consciente que des résultats tangibles quant à l'influence du terroir sur la qualité du rhum ne peuvent être espérés qu'à long terme, la Commission d'enquête convient qu'*« il semble logique de délimiter l'aire de production aux zones traditionnelles »* (INAO, 1992). En privilégiant ce critère d'usage, l'aire est définie sur la base de la sole cannière de 1995, avec une rétrospective remontant à 1975 : les terres à canne reconstituées sur deux décennies sont considérées comme correspondant à l'aire « naturelle » et « traditionnelle » de la canne dans l'île. Cette première étape passe par un recensement minutieux de toutes les parcelles en canne en 1995. Cet important travail de terrain s'appuie sur les données disponibles à la DAF et au CTCS - sachant qu'il n'existe alors aucun outil cartographique définissant la sole cannière, autres que d'anciennes cartes IGN.

Cette étape inclut également l'appréciation du potentiel agro-technologique des parcelles. Celui-ci est évalué en tenant compte des exigences agronomiques de la canne, requises à la fois pour une croissance et plus encore pour une maturation potentiellement satisfaisantes. L'existence, au sein d'une section cadastrale donnée, d'une parcelle culturale jugée apte à produire des cannes de bonne qualité pour l'AOC, conduit à l'inclusion de l'intégralité de la section. Dans le cas contraire, la parcelle ou portion de parcelle culturale jugée inapte est exclue de l'aire, conduisant, dans certains secteurs seulement, à un affinage parcellaire. L'objectif est d'exclure les parcelles ou portions de parcelles considérées comme impropres à fournir des cannes de qualité satisfaisante pour l'AOC. Un critère d'exclusion aisé à apprécier sur le terrain est défini : une hydromorphie décelée au niveau du sol, avec une nappe d'eau accessible en permanence aux racines ou des remontées salines.

Une telle situation est susceptible de nuire à une croissance optimale de la plante (suite à des risques fréquents d'asphyxie racinaire) et d'induire des contraintes excessives à la maturation. Cette hydromorphie dépend de données relatives au sol (alluvions à tendance verticale), à la situation

¹⁵ En 1995-1996, les trois experts sont : Maurice BURAC (Professeur de Géographie, UAG), Philippe MARIE (Pédologue, chargé de recherche au CIRAD-FLHOR Martinique) et Jean-Alfred GUEREDRAT (Chercheur pédologue, alors directeur de l'IRD Martinique). Suite à des remaniements, cette commission est constituée en juin 2000 de deux membres : Maurice BURAC et Georges SALA (Chercheur pédologue, nouveau directeur de l'IRD Martinique).

géographique de la parcelle (bas-fond ou bordure de rivière) et à la climatologie de la zone¹⁶. Elle est estimée à partir de carottages dans les zones sensibles (identifiable par des tâches de gley), par l'ingénieur-technicien du Syndicat, en concertation avec la Commission d'experts. Ce critère est retenu par référence aux appellations viticoles, alors que les études effectuées par le CTCS jusqu'à cette date n'apportent pas de conclusions définitives sur la relation entre l'hydromorphie des sols et l'aptitude d'une canne à donner du « bon rhum ».

b) Prises de position : vers le maintien de la diversité

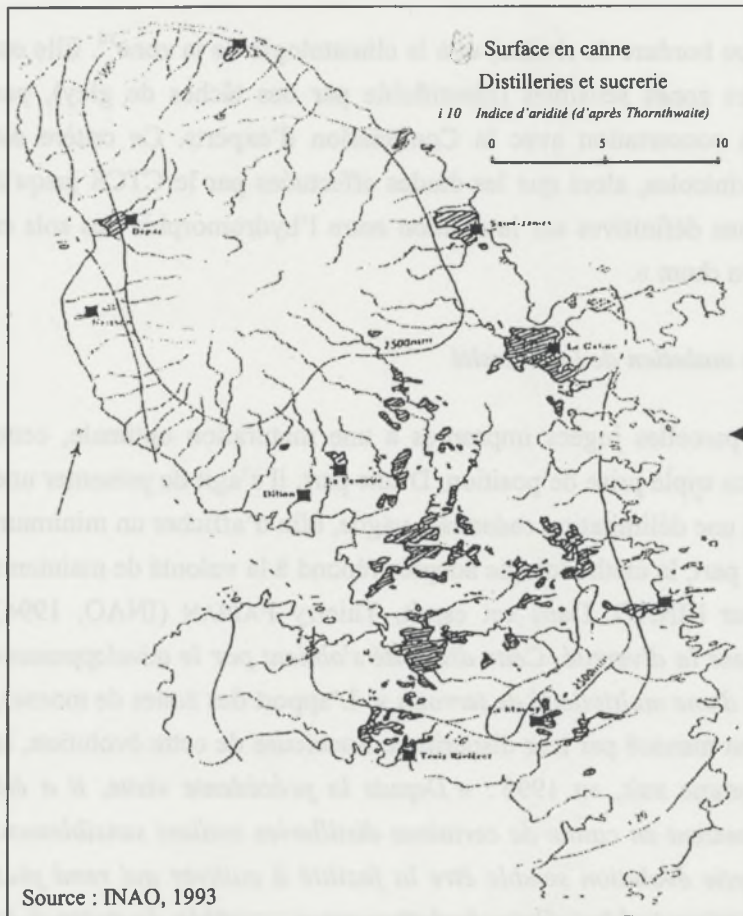
Si l'objectif affiché est d'exclure les parcelles jugées impropres à une maturation optimale, cette approche correspond implicitement à une triple prise de position. D'une part, il s'agit de présenter une action répressive localisée par rapport à une délimitation cadastrale vague, afin d'afficher un minimum de rigueur dans la délimitation. D'autre part, la méthodologie adoptée répond à la volonté de maintenir la diversité des terroirs, manifestée par l'INAO. Dans cet esprit, Thierry FABIAN (INAO, 1994) rappelle que : « Une AOC ne vit que dans la diversité. Cette diversité s'obtient par le développement d'un tissu de producteurs et le maintien d'une multiplicité de terroirs ». L'apport des zones de mornes, assuré surtout par les petits planteurs, est menacé par leur disparition. Soucieuse de cette évolution, la Commission argumente sa position comme suit, en 1995 : « Depuis la précédente visite, il a été observé que les bassins d'approvisionnement en canne de certaines distilleries avaient sensiblement été modifiés : le facteur essentiel de cette évolution semble être la facilité à cultiver qui rend plus attractives les plaines, plus aisément mécanisables. Cette évolution est susceptible de nuire à la diversité des terroirs cultivés que la Commission avait favorablement appréciée ». C'est dans cette optique que la Commission d'enquête déclare en 1995 « Il semble indispensable de permettre le maintien des usages dans des terroirs autres que ceux des zones de plaine, reconnus de qualité pour la maturité des cannes, mais plus difficiles à mettre en valeur du fait du climat ou de la topographie ».

En conclusion, les critères d'usage et d'hydromorphie sont retenus comme prioritaires pour délimiter l'aire AOC. Ce faisant, l'INAO a surtout comme objectif de préserver la diversité des bassins d'approvisionnement, en vue de maintenir les usages ancestraux et favoriser l'apport qualitatif des mornes par rapport aux plaines, où l'hydromorphie est manifeste. Ce choix méthodologique permet aussi de privilégier « l'hétérogénéité sociale des producteurs », sachant que les plus petits planteurs sont généralement situés sur les mornes. Face à une pression croissante des distillateurs et à la difficulté de recenser chaque parcelle sans outil cartographique précis, l'option d'un classement par sections cadastrales entières avec un affinage parcellaire, a permis de faciliter la démarche.

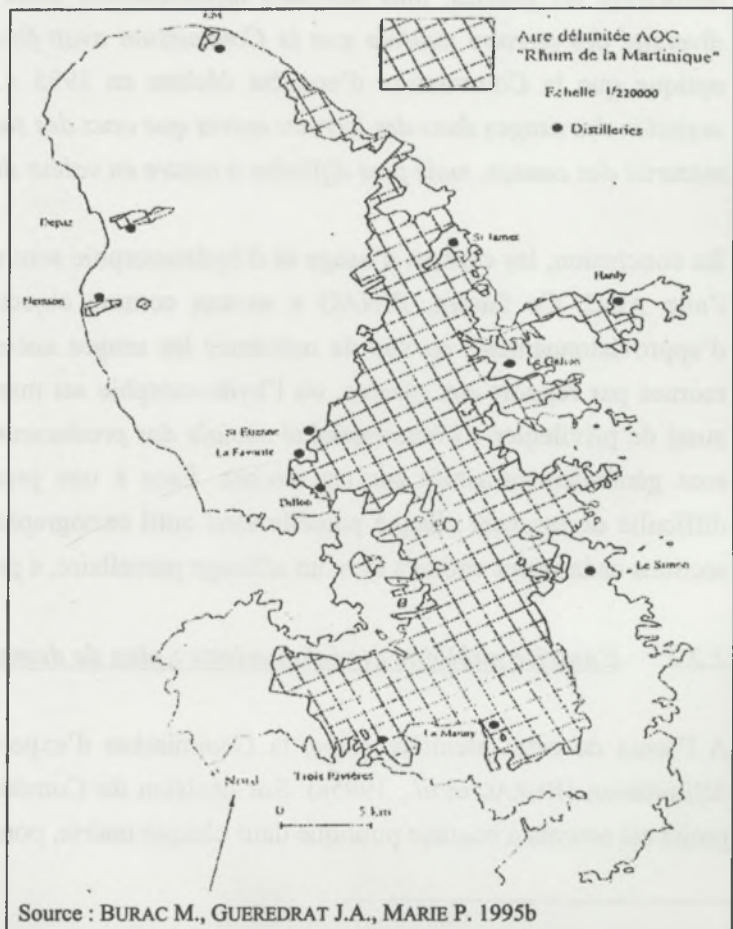
2.2.2. Enquête publique et réclamations : plus de demandes d'exclusions que d'inclusions

A l'issue de cette première étape, la Commission d'experts présente une première proposition de délimitation (BURAC et al., 1995a). Sur décision du Comité national de l'INAO, en février 1995, ce projet est soumis à enquête publique dans chaque mairie, pour une période de deux mois, afin de faire

¹⁶ Le critère climatique utilisé, centré sur les possibilités de maturation de la canne, est le déficit hydrique, calculé à partir de la pluviométrie et de l'évapotranspiration potentielle (moyennes décennales).



Carte 10 :
Surface plantée en canne
(~3 300 ha)



Carte 11 :
Surface classée en AOC
(40 559 ha)

remonter les éventuelles réclamations de la population : toute personne concernée peut y consulter les plans cadastraux en vue de l'inclusion ou l'exclusion de sa (ses) parcelle(s) dans l'aire proposée. Parmi les réclamations, certaines concernent des parcelles non prises en compte sur la base du critère d'usage (parcelles non plantées en canne en 1995 ou ne faisant pas partie du bassin « usuel » d'une distillerie). Ces cas de non-inclusion correspondent à trois types de situations. Il peut s'agir d'anciennes terres à canne, reconverties vers une autre spéculation plus ou moins intensive (banane, élevage, etc.) ou de terres en friche depuis plusieurs années. La réclamation traduit dans ce cas un possible retour à la canne, entrevu par le propriétaire dès la mise en place de l'aire AOC. Des parcelles destinées à l'approvisionnement spécifique de l'usine du Galion, selon la répartition des livraisons en vigueur en 1995, se retrouvent également dans ce cas. La réclamation traduit alors le souhait du propriétaire de se réserver une ouverture vers les distilleries. Tel est le cas des terres de l'EAG, à Trinité. Il peut aussi s'agir de parcelles sans passé cannier récent (entre 1975 et 1995), mais dont les caractéristiques pédo-climatologiques sont satisfaisantes au regard des critères définis. Dans tous les cas, l'examen de ces demandes suppose une vérification de l'aptitude AOC des parcelles concernées, par rapport au critère exclusif d'hydromorphie.

A contrario, ce qui semble moins fréquent pour une AOC, de nombreuses parcelles jugées potentiellement aptes à la culture de canne AOC font l'objet d'une demande d'exclusion par leur propriétaire. Il s'agit généralement de parcelles non plantées en canne¹⁷ en 1995 et intégrées dans l'aire proposée par le jeu de la délimitation cadastrale. Dans le contexte de forte spéculation foncière que connaît la Martinique, certains propriétaires terriens préfèrent s'assurer du libre usage de leur terre, en prévision de déclassement en terrains constructibles. Ces demandes d'exclusion ne sont-elles pas révélatrices de la « bétonisation » croissante observée à la Martinique ?

Par rapport au projet de janvier 1995, diverses contestations se sont également soulevées du côté des professionnels, nécessitant plusieurs réunions de concertation. Après examen des réclamations en mairies et prises en compte de certaines réclamations des acteurs de la filière (comme le respect de quelques entités culturelles), le rapport émis par la Commission d'expert six mois plus tard (BURAC et al., 1995b) finalise la proposition de délimitation.

2.2.3. L'aire officielle AOC Martinique : un « habit démesuré »

Les travaux de délimitation aboutissent à la détermination d'une aire de 40 559 ha, représentée sur les cartes ci-contre en comparaison avec la surface en canne. Cette large délimitation intègre de fait une grande diversité de situations pédo-climatiques. Le « terroir » de l'AOC Martinique est par conséquent conçu comme la résultante d'une somme de diversités naturelles.

¹⁷ Bien que quelques cas de très bonnes parcelles plantées en canne aient également fait l'objet d'une demande d'exclusion.

Comme spécifié par décret¹⁸, les cannes récoltées en vue de l'élaboration de rhum agricole « Martinique » doivent provenir exclusivement de l'aire géographique AOC, délimitée à l'intérieur du territoire de vingt-trois communes : (i) arrondissement de Fort-de-France : Carbet, Fort-de-France, Lamentin, Saint-Joseph, Saint-Pierre ; (ii) arrondissement de Trinité : Basse-Pointe, Gros-Morne, Lorrain, Macouba, Marigot, Robert, Sainte-Marie, Trinité ; (iii) arrondissement du Marin : Diamant, Ducos, François, Marin, Rivière-Pilote, Rivière-Salée, Saint-Esprit, Sainte-Luce, Trois-Ilets, Vauclin.

Avec cette première délimitation, 85% de la sole cannière est incluse dans l'aire AOC. Cependant, la comparaison des cartes 10 et 11 fait apparaître le surdimensionnement de cette aire par rapport à la surface plantée en canne (environ 3 300 ha, soit à peine plus de 7% de l'aire définie). Soulignons tout d'abord que cette situation n'a rien d'exceptionnelle, si l'on se réfère au cas de l'Armagnac. Pour ce dernier, la zone d'appellation couvre 590 000 ha, pour une SAU de 450 000 ha. Or, les vignes pour lesquelles l'appellation est revendiquée n'y couvrent que 12 à 13 000 ha, soit à peine 3% des superficies cultivées et environ 2% de la zone d'appellation (PILLEBOUE, 1994).

De même que pour l'Armagnac, l'aire AOC Martinique constitue un « *habit démesuré* », pour reprendre l'expression de Jean PILLEBOUE (1994) pour l'Armagnac. Comme cet auteur l'a fait pour cette autre eau-de-vie, on peut s'interroger sur la traduction, en terme de « représentation » pour les consommateurs de rhum agricole Martinique, de la délimitation faite en 1995 ; au regard des surfaces cultivées pour l'AOC. Cette situation se traduit par un problème de représentation, dans le cas de l'Armagnac, accentué par la dispersion des parcelles dans l'espace régional : le vignoble à l'origine de l'appellation Armagnac est presque « *introuvable* », tant il est dilué parmi les productions dites « *banales* » (céréales, oléagineux, herbages ou cultures fourragères) ou les autres utilisations du sol. Tant et si bien que les visiteurs (touristes, représentants d'acheteurs, consommateurs divers) ne peuvent percevoir aisément les limites géographiques de ce vignoble armagnacais, dans lesquelles enfermer la représentation qu'ils s'en font (PILLEBOUE, 1994). L'ancrage du produit AOC à son territoire d'origine a dans ce cas du mal à se concrétiser visuellement. Un tel problème de représentation ne se pose pas pour l'AOC Martinique. Comme évoqué au chapitre V, quant à la place de la canne dans le paysage martiniquais, les parcelles (surtout celles des grandes et moyennes exploitations) sont souvent situées en plaine, en bordure de routes, pour les commodités du transport. Pour les distilleries (hormis Dillon et La Favorite), la majorité (sinon l'intégralité) du bassin d'approvisionnement se situe à proximité de l'industrie. Cette proximité est favorisée par la fréquente intégration de la production agricole à la transformation. De plus, dès son arrivée à la Martinique, en quittant l'aéroport du Lamentin, le visiteur ne peut manquer de prendre conscience qu'il est bien en « terre de canne », vu que cette spéculation se partage, avec la banane, les espaces cultivés de la plaine centrale du Lamentin (cf. photo 12, chap. III). Quel peut alors être le problème de ce surdimensionnement de l'aire AOC Martinique ?

¹⁸ JORF, 1996b. Art. 2 – Aire géographique. Le document de référence pour le classement des terres AOC est la Ronéo n°96.130 de l'INAO, datée de janvier 1995 et re-datée du 23 janvier 1996, ayant trait aux réclamations après enquête publique (pp. 30 à 40) et aux examens de ces réclamations. Ce document définit la structure définitive de l'aire géographique AOC lors de la mise en place de cette appellation en décembre 1996.

2.3. Des limites de la première délimitation à sa nécessaire révision

Suite à la promulgation des décrets établissant l'AOC, de nouvelles réclamations parviennent au Syndicat. Après les avoir examinées, il s'agit de comprendre en quoi elles ont conduit à la nécessité d'une révision de l'aire AOC.

2.3.1. Les « oublis » de la première délimitation

Deux réclamations complémentaires, concernant des « oublis », sont rapportées au SDAORAM après émission des décrets. Il s'agit de parcelles qui répondent aux critères requis de bonne potentialité agricole et technologique pour la culture en AOC, mais qui ne sont pas classées. Sont concernées, d'une part, des parcelles plantées en canne lors de la procédure de délimitation, mais appartenant à des petits producteurs à l'écart de la démarche AOC. Une dizaine à une quinzaine de petits planteurs approvisionnant la distillerie du Simon, dans la zone du Vauclin et du François, se trouvent dans ce cas. Leurs parcelles, représentant entre 15 et 40 hectares, avaient été oubliées, tant dans la proposition initiale de délimitation datant de janvier 1995, que lors des premières réclamations faites à l'occasion de l'enquête publique. Sont concernées, d'autre part, des parcelles non plantées en canne lors de la délimitation initiale, dont l'intégration n'a pas non plus fait l'objet de réclamations lors de l'enquête publique de 1995. Ces terres, constituées par l'Habitation Beauregard de Marraud-Desgrottes, se situent dans le bassin d'approvisionnement potentiel de la distillerie Neisson, au Carbet.

Selon les éléments recueillis auprès du Syndicat de défense, un accord de principe favorable s'est rapidement conclu pour ces parcelles, au Vauclin, au François et au Carbet¹⁹. Au-delà de ces cas ponctuels, se pose le problème de l'intégration de zones reconnues aptes à la culture de canne AOC, de par les conditions de sol et de climat, mais ne faisant pas partie des bassins d'approvisionnement des distilleries lors de la délimitation. Dans ce cas, faute de réclamation ou de demande explicite d'inclusion à l'issue de l'enquête publique de 1995, les sections cadastrales concernées n'ont pu être intégrées. Cependant, la demande croissante en canne par les distillateurs à partir de 1998-1999 a fait émerger de nouvelles demandes de classement en AOC. Certaines s'avèrent d'emblée justifiées, au regard de l'historique de la culture. Ainsi en va-t-il de la zone atlantique, du Marin à Sainte-Marie, en passant par le Vauclin et le François ; zone « traditionnellement » composée de terres à canne, en remontant à un passé antérieur à 1975. Avec la fermeture progressive des usines à sucre, ces terres ont été reconverties en jachère, en élevage ou en banane. L'étude d'antériorité sur laquelle est basée la première délimitation, avec une rétrospective de 1975 à 1995, se révèle fort limitée au regard du passé triséculaire de la canne à la Martinique.

Mettant en exergue le potentiel encore exploitable parmi les terres non-AOC, ces nouvelles demandes pour le classement en AOC de parcelles plantées (ou à planter) après 1996, s'ajoutant aux « oublis » de la première heure, conduisent à souligner certaines incohérences de la délimitation.

¹⁹ Initialement, selon un système de dérogation, puis par décret : JORF, 2002b. Décret du 8 février 2002 modifiant le décret du 5 novembre 1996 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique ».

2.3.2. SAU, aire AOC et sole cannière : des incohérences difficiles à gérer

Lors de la délimitation initiale, l'exclusion de portions de section cadastrale (affinage parcellaire) n'opère que dans quelques cas : soit en cas d'hydromorphie signalée par les experts ; soit en réponse à certaines réclamations justifiées émanant de particuliers, suite aux enquêtes en communes. Hormis ces exceptions, les sections cadastrales sont intégralement incluses dans l'aire géographique : ceci comprend les zones non cultivables, dont au moins 7 000 ha urbanisés (cimetières, routes, zones bâties diverses) en plus des zones de montagnes, forêts domaniales, etc. Parmi les cas de classement en AOC jugés « aberrants », peuvent être relevés : la montagne du Vauclin, la forêt de Mon Travail, l'îlet long, etc. Sur cette surface pléthorique, seuls 1 600 ha²⁰ sont effectivement destinés à l'élaboration de rhum agricole AOC. Cet illogisme ressort d'autant plus au regard de la SAU, de 32 041 ha au dernier recensement (AGRESTE, 2001a). De plus, SAU et aire AOC ne sont pas superposables, ainsi que l'illustre le tableau ci-après. Sur plus de 40 000 ha classés (pour à peine 2 300 ha de canne en AOC déclarés au Syndicat pour les livraisons en distilleries), moins de 4% à peine sont utilisés en 1998 pour l'élaboration du rhum agricole Martinique. De plus, la moindre demande d'inclusion de quelques hectares, selon la méthodologie initiale (à l'échelle cadastrale), peut conduire à un classement supplémentaire de plusieurs centaines ou milliers d'hectares. Tel est le cas de certains petits fournisseurs du Simon. Une quinzaine d'hectares à inclure, répartis sur trois ou quatre sections cadastrales, correspondrait à une augmentation de l'aire de près de 3 000 ha.

Tableau 93 : Comparaison de la SAU, de l'aire AOC et des surfaces en canne

SAU, aire AOC et surfaces en canne	Surfaces estimées	Proportion
Surface agricole utile	32 041 ha*	—
Aire géographique AOC (1996)	40 559 ha	100%
☞ Surfaces en canne déclarées au SDAORAM	2 800 ha	6,90%
☞ Surfaces AOC déclarées au SDAORAM	2 300 ha	5,67%
☞ Estimation des surfaces récoltées pour l'élaboration de rhum agricole AOC	1 600 ha	3,94%

D'après : *AGRESTE, 2001a ; SDAORAM, 1998

De tels accroissements sont difficiles à admettre du point de vue institutionnel pour une jeune appellation. Alors que celle-ci est en plein essor et que des manques de cannes se font sentir, il apparaît pourtant regrettable de ne pas pouvoir prendre en compte des terres jugées aptes, sur le plan agronomique, à l'élaboration de rhum AOC. Les demandes d'extension de l'aire formulées par les distillateurs auprès de l'INAO font par conséquent ressortir l'incohérence de la situation exposée ci-dessus. Toute nouvelle inclusion, rendue nécessaire pour satisfaire à l'augmentation de la production rhumière, est difficile à concevoir, alors que 95% de l'aire définie lors de la promulgation de l'AOC restent inutilisés. A quoi tient cette situation ?

²⁰ Estimation des surfaces récoltées pour l'AOC, sur la base d'un volume moyen de 110 000 tonnes de canne à destination des neuf distilleries, pour un rendement agricole moyen de 70 t/ha.

2.3.3. Des limites méthodologiques : conséquence de la « course contre la montre »

La délimitation initiale a nécessité un important travail de fond pour le recensement parcellaire. Elle a cependant fait l'objet d'une certaine précipitation face aux délais d'émission du décret, souhaité par les distillateurs pour la campagne 1997 ; tandis que les outils cartographiques mobilisés à l'échelle parcellaire se sont avérés rares, voire inexistants. De l'avis de tous, cette précipitation fait que la démarche a péché en partie. La pression exercée pour valider l'AOC, qui finalement, nous l'avons vu, relève d'une décision politique, explique les limites de cette délimitation, sans remettre en cause le travail des experts mandatés. Devant l'urgence, il fallait coûte que coûte parvenir à un résultat.

En premier lieu, se pose un double problème méthodologique : d'une part, l'intégration sur le seul critère d'usage, sans étude d'antériorité suffisante ; d'autre part, l'intégration de sections cadastrales entières, avec un affinage parcellaire sur le principal critère d'hydromorphie. Le rapport des experts explique lui-même que certaines parcelles, présentant pourtant de bonnes caractéristiques agro-technologiques, ont été exclues du fait de l'absence d'usage depuis 1975. Celui-ci affecte de façon inégale le territoire martiniquais, comme le précise Esther GOIDTS (2002 ; p. 55), partie prenante de la nouvelle Commission d'experts : spéculation déclinant dans le Nord Caraïbe et le Nord Atlantique, ainsi que dans le littoral sud, mais croissant dans le Centre-Sud. Cette évolution est liée à l'extension des surfaces en banane dans le Nord, à la fermeture de certaines unités de transformation et à la mécanisation de plus en plus poussée, corollaire d'une concentration dans la plaine centrale (Lamentin, Rivière-Salée). Cette approche a conduit à la non-intégration de parcelles aptes à la culture de canne AOC, mais ne faisant pas partie du bassin d'approvisionnement des distilleries entre 1975 et 1995 (parcelles pour lesquelles l'intégration n'a pas été demandée au moment opportun, suite à l'enquête publique). De plus, concernant les critères pédo-climatiques, il n'a pas été pris en compte la spécificité de la transpiration de la canne, ni le rôle du sol à travers sa réserve en eau utile et facilement utilisable. Sans ces précisions, seules des approximations ont pu être faites, valables pour une approche générale, mais fragiles pour les zones jugées limites (GOIDTS, 2002 ; p. 55). En second lieu, des problèmes se sont posés au moment de l'enquête, qui correspondait à une période d'élection municipales (GOIDTS, 2002 ; p. 56). Cette situation explique sans doute l'importance des demandes d'exclusion, sans relation avec les objectifs du projet soumis aux réclamations. De plus, l'enquête publique a été réalisée de façon précipitée : toutes les personnes concernées n'ont pu être averties à temps. De fait, certains planteurs n'ont pas su qu'il fallait introduire une demande auprès du SDAORAM pour faire classer leur parcelle en AOC, alors qu'elle répondait aux exigences requises.

Face aux limites ci-dessus présentées, l'aire AOC Martinique définie en 1995 est sujette à moult réprobations, remettant partiellement en cause sa légitimité. D'où la concertation entre le SDAORAM et l'INAO visant à la réviser intégralement, en s'appuyant sur le travail déjà effectué ; travail qui a eu l'intérêt fondamental de faire aboutir rapidement la décision de qualification.

Reste qu'envisager une révision intégrale de l'aire à peine trois ans après promulgation des décrets s'avère unique dans l'histoire des AOC.

2.3.4. Réajustement de l'aire et révision méthodologique

En dehors de toute pression, la révision de l'aire se veut être envisagée de façon sereine, avec une réflexion préalable sur le plan méthodologique. Il s'agit de repartir sur la base des facteurs agronomiques et historiques relatifs à la problématique de « bonne terre à canne ». Pour ce faire, une nouvelle Commission d'experts a été désignée par le Syndicat, associant toujours l'IRD, pour les facteurs agronomiques et l'UAG sur le plan historique et géographique, pour des études d'antériorité sur la culture²¹. Ce faisant, la révision de l'aire est prévue en deux étapes. Dans un premier temps, elle doit conduire à un resserrement et un réajustement de la surface AOC, afin de la faire coïncider avec les potentialités culturelles effectives du terroir. Ceci passe par l'exclusion des zones non cultivables, du fait de l'urbanisation ou de l'environnement naturel. Il s'agit de déclasser l'existant, en concertation avec les propriétaires fonciers concernés²². Dans un deuxième temps, la révision devrait se prolonger par une extension de l'aire, en l'ouvrant à de nouvelles parcelles. L'objectif est de parvenir à une meilleure adéquation de l'aire avec les besoins en canne des distilleries. Il s'agit néanmoins de maintenir une aire suffisamment large, supérieure aux stricts besoins actuels, de façon à permettre les rotations culturales et garder une souplesse d'organisation des livraisons.

Pour l'examen des demandes de classement, la nouvelle Commission d'experts adopte une approche multicritères. En plus de l'hydromorphie et afin de mieux cerner les potentialités culturelles du milieu, sont désormais examinés différents critères pédologiques classiques²³ : profondeur du sol (une profondeur de 60 à 80 cm de terre végétale étant jugée nécessaire à un développement racinaire optimal et une alimentation hydrique satisfaisante), présence ou non d'un horizon compacté, texture du sol, présence de graviers, pente jugée excessive pour la mise en culture, etc. Le critère climatique est affiné, en prenant également en compte des critères agronomiques relatifs à la culture. Cette combinaison de critères vise à esquisser les zones favorables à la culture de la canne à destination des distilleries agricoles. L'échéance de la pré-étude est prévue pour 2002. L'approfondissement parcellaire de la révision de l'aire géographique devrait se poursuivre pendant environ trois ans²⁴. Les résultats obtenus devraient alors être considérés comme fixes pour les quarante années ultérieures.

La révision de l'aire devrait aussi favoriser le classement des terrains à proximité des distilleries. Cette démarche peut contribuer à fidéliser les fournisseurs de chaque unité et limiter la concurrence entre distilleries pour l'approvisionnement en canne. Cette incidence peut s'envisager dans les zones de

²¹ Les personnes impliquées en 2002 sont : à l'IRD, Eric Blanchard (Directeur du laboratoire de Biologie et organisation des sols tropicaux, BOST), Elsa Bourgeois et Esther Goidts (stagiaires, étudiantes en agronomie) ; à l'UAG, Maurice Burac (Professeur de géographie, vice-président de l'UAG) et Pascal Saffache (Docteur en géographie).

²² A noter, dans le cadre de ce resserrement de l'aire, préalable à la démarche d'extension, que des propriétaires souhaitent faire déclasser leurs terres, sous présomption de constructibilité. S'il s'agit de parcelles en location, le déclassement doit faire l'objet d'un accord auprès du locataire. Faute de quoi, le Syndicat peut s'y opposer.

²³ Critères toutefois évalués par un diagnostic de la parcelle culturale en l'état, sans tenir compte des possibilités d'amélioration structurale par un travail du sol ou un aménagement foncier (drainage par exemple).

²⁴ Cet objectif devrait être favorisé par la cartographie numérisée mise en place à partir de 2001 et affinée en 2002, avec l'Etat comme maître d'œuvre (SIGAM : Système d'information géographique pour l'agriculture à la Martinique). La numérisation des parcelles cultivées est réalisée avec la collaboration de plusieurs partenaires (Cadastre, DAF, DDE, SDAORAM, CODERUM, Conseil général). Elle repose sur un important travail du CTCS et de la Chambre d'agriculture pour délimiter les parcelles avec les planteurs et remplir les dossiers remis au CNASEA.

jonctions des bassins d'approvisionnement, surtout dans le Centre (Lamentin, Ducos, Rivière-Salée). Cette politique ouvre la voie au remembrement des bassins, en centralisant les apports autour de chaque distillerie, et se veut synonyme d'un meilleur contrôle qualitatif. Elle permet également de conforter la notion de « domaine agricole » et de construire une image marketing plus porteuse (« rhum d'habitation »). Toutefois, une telle politique ne s'écarte-t-elle pas de la volonté manifestée par l'INAO de préserver la diversité de l'approvisionnement et, par conséquent, des produits ? Puis, la concentration des bassins autour des centres d'usinage s'intègre dans une logique de réduction des coûts de transport de la canne et donc de production du rhum. Les perspectives de révision de l'aire semblent très ouvertes au pragmatisme économique. Cette révision se veut néanmoins concertée au sein de la filière rhum agricole. Elle fait l'objet d'une réflexion à l'intérieur de trois commissions²⁵. Celles-ci correspondent au partage de la Martinique en trois zones et neuf sous-secteurs, définis dans le rapport de janvier 1995. Ce travail de réflexion est l'occasion d'examiner les propositions d'évolution vers des sous-appellations, par bassin d'approvisionnement. La jeune AOC Martinique cherche-t-elle ainsi à renforcer ses spécificités ?

2.4. Un « terroir » de l'AOC plutôt conçu comme un « territoire »

L'acception du terroir, tel que défini en début de chapitre, conduit à certains paradoxes dans l'emploi des termes utilisés, dans le cas de l'AOC Martinique. Sandrine SCHEFFER et François RONCIN (1999) soulignent à ce propos la difficulté d'un consensus au sein même de l'INAO, même si les grands principes de « l'ancrage au terroir » restent acquis. Cette difficulté est attribuée à la diversité des appellations : entre une AOC viticole et la qualification d'une production fromagère, les interprétations de l'ancrage au terroir diffèrent. Dans le cadre de l'AOC rhumière, le « terroir » est souvent conçu comme un simple espace géographique, regroupant une diversité de milieux naturels.

En dépit de la révision envisagée, la délimitation de l'aire AOC Martinique reste à l'échelle « insulaire ». La dimension agronomique, en partie occultée dans la première délimitation, tente d'être mieux prise en compte, afin de mieux valoriser la diversité des milieux naturels. Cet écueil initial peut être attribué au passage à la notion globalisante de « terroir insulaire », qui tend à gommer la diversité pédo-climatique observée à l'échelle du territoire. Rappelons cependant les difficultés à mettre en évidence ces liens entre les caractéristiques physiques du milieu et la typicité du produit fini AOC. DORIOZ *et al.* (2000) soulignent que, quel que soit le produit, les liens entre celui-ci et son terroir d'origine (au sens large) ne se limitent pas à des phénomènes métaboliques et chimiques. « *Ils ne peuvent se raisonner en flux de molécules ou d'organismes (en particulier de micro-organismes pour la fermentation des mouls), reliés à la seule dimension technique des pratiques (agricoles et technologiques)* ». Par ailleurs, la prise en compte du terroir, dans toute son acception, inclut une dimension culturelle très importante, relative aux liens entre le produit, la société et le territoire.

²⁵ Chacune de ces commissions comporte : trois planteurs et deux distillateurs, ainsi que le président du Syndicat de défense, qui siège dans les trois commissions. Les propositions faites par ces commissions consultatives sont ensuite étudiées par un groupe de travail. Ce dernier inclut le président et l'ingénieur-technicien du Syndicat (enquête SDAORAM).

C'est ce qui amène à penser que l'approche du terroir dans l'AOC rhumière martiniquaise est surtout « territoriale » : elle met davantage en avant les autres facteurs du territoire Martinique que ceux relatifs strictement au milieu naturel auquel est rattaché le produit fini²⁶. Les usages collectifs et les savoir-faire individuels sont fortement valorisés par l'ensemble des distillateurs, comme l'explique l'un d'eux : « *la manière de cultiver, récolter et entretenir la canne, sa fraîcheur, sont des paramètres déterminants* » pour la typicité du rhum Martinique. La maîtrise des process technologiques est par ailleurs préférentiellement mise en avant. Les distillateurs se sont donné les moyens de faire évoluer la zone d'appellation, en préservant l'image d'une AOC qui met en relief la « territorialité » du produit, à travers son histoire et son évolution. Les réflexions en cours sur les sous-appellations peuvent ouvrir de nouvelles perspectives pour une plus forte prise en compte de la diversité intra-territoriale.

Le travail de délimitation opéré à la Martinique soulève des problèmes similaires à ceux rencontrés par bien d'autres AOC. BERTRAN DE BALANDA (1999) souligne que, pour la définition d'une aire AOC, « *le tracé de la limite a toujours été un fait autoritaire non dépourvu de subjectivité, souvent une sorte de compromis empirique. Il ne peut en être autrement* ». Ceci est d'autant plus compréhensible dans le cas tout à fait original de l'AOC rhumière, première du genre. La force du système AOC réside dans l'engagement institutionnel des partenaires. Elle tient aussi à l'objectivation des relations entre cépages, terroirs, techniques de production et analyse sensorielle (obligatoire depuis 1980). Si le système est relativement bien établi pour les AOC viticoles, c'est loin d'être le cas pour le secteur du fromage par exemple, comme l'explique Bertil SYLVANDER (1994). Une part importante des produits fromagers a été historiquement classée par des lois ou des décrets, « *l'instruction des dossiers ayant été plus politique que technique*²⁷ » (SYLVANDER, 1994). Comme pour ce secteur, nouvellement inscrit au rang des AOC, la procédure suivie pour l'AOC rhumière a incontestablement une forte dimension politique, comme le montre la déclaration conjointe du Ministère de l'agriculture et du Ministère de l'outre-mer en 1996, précédemment citée. La mise en place de l'appellation Martinique, comme pour les autres AOC relatives à des produits non viticoles, relève d'un système récent²⁸. Ces appellations sont dans une phase de construction, avec tout ce que cela suppose de difficultés pour transposer à d'autres produits ce qui a réussi pour le vin. De plus, il importe de rappeler les singularités qui font de l'AOC Martinique une appellation d'exception : première à être obtenue sur un alcool blanc et première à l'être également outre-mer. A ce double titre, les difficultés de transposition n'en sont que plus grandes. Aux spécificités de la matière première, du milieu naturel, du produit fini, s'ajoute un environnement socio-économique et culturel très différent de celui de la France. De plus, cette expérience s'est bâtie dans un milieu social sans culture d'AOC. Le caractère innovant de cette démarche, plus encore que celle propre aux autres produits agro-alimentaires, explique peut-être aussi la souplesse et les compromis consentis par l'INAO.

En conclusion, l'AOC « Rhum agricole Martinique » est basée sur un ancrage au terroir jugé implicite, en relation avec la richesse des sols volcaniques de l'île et un climat favorable à la canne, avec des

²⁶ Cette approche très « territoriale » du terroir se retrouve dans le cas des appellations fromagères (FROC et al., 1999 ; p. 37), pour lesquelles la chaîne d'influence du terroir est aussi plus longue que dans le cas des appellations viticoles

²⁷ Cet auteur insiste sur la permanence des contraintes politiques, quel que soit le degré d'objectivation technique. De fait, dans un contexte où l'instruction technico-politique n'existe pas encore, les réalités politiques prennent le pas.

²⁸ L'AOC n'est envisageable pour l'ensemble des produits agricoles et alimentaires que depuis la loi de 2 juillet 1990.

pluviosités élevées. Dès 1989, les enquêteurs de l'INAO repartent de Martinique convaincus de l'existence d'une influence du terroir (en terme de milieu naturel) sur la qualité et la typicité du rhum agricole. En dépit de la non-identification explicite des liens entre le rhum agricole et son terroir originel, en dépit de la « frilosité » des acteurs porteurs de la démarche sur la reconnaissance de cet ancrage, en dépit d'une délimitation qui tient peu compte de ce principe, en dépit enfin des retards que cette situation n'a manqué d'induire, l'AOC Martinique a pu être obtenue.

3. A TRAVERS LA CODIFICATION DES USAGES : UNE PREDOMINANCE TECHNOLOGIQUE

Le terme « usages » désigne des pratiques humaines participant à l'identification du terroir (au sens large) d'un produit AOC. Ces pratiques doivent être codifiées, afin de favoriser l'expression du don de la nature issu de la relation plante-sol-climat, sans le défigurer ou le dénaturer (BERTRAN DE BALANDA, 1999). Il s'agit théoriquement de sélectionner les usages « *locaux, loyaux et constants* », reconnus comme déterminants pour l'élaboration de la typicité du produit. Pour l'AOC Martinique, partant de liens implicites entre le rhum agricole et le terroir agronomique, comment le principe de « l'ancrage au terroir » a-t-il été pris en compte à travers la codification des usages ?

3.1. Mise en place du cahier des charges : une « petite révolution » ?

Cette démarche collective est menée au sein du Syndicat de défense, par les héritiers de ces pratiques ancestrales, avec l'encadrement de l'INAO. Selon ces principes, les travaux préparatoires visent à définir les usages « *locaux, loyaux et constants* » sur lesquels est basé le bien fondé de l'appellation d'origine. François RONCIN (1999) rappelle que, par « *usages locaux et constants* », il ne faut pas entendre des pratiques intangibles, ce qui reviendrait à « *figer la production dans un musée* ». Les usages « *locaux* » sont ceux observables dans la généralité de la région de production, considérés comme spécifiques à cette région et ne pouvant être aisément transposés ailleurs. Leur caractère « *constant* » signifie qu'on ne peut y avoir recours de façon opportuniste ou aléatoire, mais qu'ils relèvent bien d'une expérience collective commune et reconnue au sein de la filière²⁹. Ces usages sont nécessairement évolutifs, suite à l'inévitable et permanente adaptation aux données technico-économiques et à la recherche d'amélioration qualitative. De fait, la construction de l'AOC rhumière implique de sélectionner, parmi les habitudes de production (de la canne au rhum), les usages jugés incontournables dans l'élaboration de la typicité « Martinique ».

Dès 1992, débutent les premières visites en distilleries, visant à répertorier et codifier les usages entre les différents établissements. En premières conclusions, la Commission d'enquête émet de sérieuses réserves sur le mode de fabrication jugé trop industriel, tant pour la récolte de la canne que pour l'élaboration du rhum agricole. Les experts viticoles dépêchés sur le terrain estiment par exemple que le traitement de la canne est « *fait à la légère* », sans précaution spécifique. Cette même année, la Commission d'enquête de l'INAO déclare : « *Pour améliorer d'urgence la qualité, un cahier des charges rigoureux doit être mis en place et appliqué progressivement.[...]. Cela va entraîner une*

²⁹ Les usages loyaux et constants diffèrent du savoir-faire, qui est par contre individuel et correspond davantage à des techniques laissées à l'initiative de chaque opérateur.

“petite révolution” au sein de la profession » (INAO, 1992). Le cahier des charges, résumé dans le tableau suivant, est appliqué pour la première fois durant la campagne rhumière 1997 (cf. décrets en annexes 3.2 et 3.3).

Tableau 94 : Cahier des charges simplifié de l'AOC

CULTURE DE LA CANNE AOC	
Variétés	12 variétés retenues (cf. annexe 3.4)
Irrigation	Limitée au 4 premiers mois
Epannage de maturateur	Interdit
Rendement agricole	Limité à 120 t/ha
Mécanisation	Acceptée
Brûlage (pré-récolte)	Accepté
LIVRAISON	
Paiement des cannes	Limite inférieure : Brix : 14° , pH : 4.7
Bonus/malus	2% à 4%
Démarche administrative	Identification parcellaire
TRANSFORMATION	
Largeur des moulins	1,25 m
Extraction du jus	Pression à froid
Imbibition	Réalisée aux premiers moulins
Fermentation	De type discontinu
Cuve	500 hl
Agent fermentaire	<i>Saccharomyces cerevisiae</i>
Durée de la fermentation	72 h
Température	38,5 °C
Titrage d'alcool	3,5 °
Distillation	Type continu, montage "martiniquais"
Plateaux d'épuisements	15 plateaux d'épuisement inox ou cuivre, entre 0.7 et 2 m de diamètre
Plateaux de concentration	5 à 9 en cuivre
Température du récepteur	20 °C
Titre alcoométrique final	65% à 75%
Taux de non-alcools	225 g/HAP
AGREEMENTS	
Délais pour le rhum blanc	Minimum 3 mois en cuve inox
Délais pour le rhum ambré	Minimum 1 an en foudre de chêne
Délais pour le rhum vieux	Minimum 3 ans en fûts de chêne de 650 l

Synthèse réalisée d'après JORF, 1996a ; 1996b.

Passer en revue la codification des conditions de production et de transformation pour l'AOC Martinique, dans les paragraphes suivants, permet de mieux comprendre les contraintes induites pour les acteurs de la filière. S'agit-il vraiment, comme le soulignait la Commission d'enquête, d'une « petite révolution » ? Ces paragraphes permettent également de mettre en exergue les concessions faites tout au long de cette construction entre les acteurs de la filière et l'INAO. Il s'agit enfin d'entrevoir la part réservée à l'expression du terroir naturel, par rapport à celle faite aux technologies industrielles.

3.2. Conditions de culture : favoriser l'expression du « terroir »

Concernant les conditions de production de la canne, le cahier des charges de l'AOC vise à limiter les techniques d'artificialisation du milieu, afin de valoriser les potentialités réelles du terroir. Ce faisant, l'AOC contribue aussi, de par sa philosophie, à la préservation des ressources naturelles, comme le rappelle RONCIN (1999) : « *les terrains dont les propriétés naturelles ont été déterminées comme favorables à une agriculture de qualité doivent être préservés des agressions de tout ordre. Celles-ci peuvent principalement provenir de pratiques culturales trop intensives déséquilibrant les équilibres naturels* ».

3.2.1. Des techniques d'artificialisation limitées : une meilleure expression du terroir

L'expression optimale du « terroir »³⁰, en matière de potentialités agricoles et plus encore technologiques, est favorisée par les restrictions relatives à l'irrigation et à l'utilisation de maturateur. C'est ce que souligne RONCIN (1999), en rappelant les préalables à la mise en place de l'AOC : « *Au niveau des conditions de production, il a fallu convaincre le Comité national que la qualité particulière du rhum de la Martinique provenait bien des caractéristiques du milieu naturel, et que les hommes mettaient tout en œuvre (encadrement technique et réglementaire) dans leur processus de production pour préserver la qualité potentielle contenue dans la matière première (les cannes destinées au rhum agricole, et non plus la canne à sucre)* ». Toutefois, cette codification ne constitue pas un changement fondamental des techniques culturales traditionnelles pour la canne à la Martinique. Dans la pratique, il n'existe finalement que de faibles différences entre les conditions de production d'une culture de canne AOC et non-AOC. L'INAO s'est heurté à de vives protestations de la part des planteurs et a dû négocier : l'accord a consisté à valider la quasi-totalité des pratiques usuelles. Les échelles de grandeur proposées laissent une assez large marge de manœuvre à l'ensemble des planteurs.

Ainsi, l'irrigation est limitée aux quatre premiers mois après plantation ou coupe, alors que les cas d'irrigation sur canne sont jusqu'ici rares à la Martinique. Afin de favoriser la maturation naturelle de la canne, l'épandage de maturateur est interdit. Si cette technique a montré des résultats encourageants (CTCS, 1992c), sa mise en œuvre s'est souvent heurtée sur le terrain à des difficultés organisationnelles : disponibilité des hélicoptères mobilisés pour les traitements de la cercosporiose en banane, taille et accessibilité des parcelles de canne, difficultés de gestion des dates de traitement et de coupe³¹. A la veille de la promulgation de l'AOC, il s'agit d'une pratique somme toute peu répandue³².

³⁰ Notion de « terroir » incluant les données du milieu naturel, mais aussi les us et coutumes en vigueur.

³¹ Sachant que la récolte doit s'effectuer en moyenne dans les quatre semaines suivant l'épandage de maturateur, sous peine de surmaturation. Or, en cas de trop forte pluviosité, l'accès des parcelles pour la récolte dans certaines zones hydromorphes peut être rendu difficile, obligeant le planteur à revoir son planning de coupe.

³² C'est certainement l'habitation Bellevue au Macouba (Distillerie JM) qui aura le plus déploré cette restriction d'usage (forte pluviosité limitant la maturation).

3.2.2. Rendements et période de coupe : des limitations peu contraignantes

Selon l'expérience acquise dans le domaine viticole, la production de masse végétative pour une production AOC repose sur le principe d'un antagonisme entre qualité et quantité. Bien que ceci n'ait pas été explicitement démontré pour la canne, il existe souvent une propension à voir diminuer la qualité des livraisons en cas de verse ou de redémarrage en végétation. De tels cas de figures sont favorisés à la Martinique pour des cycles de dix-huit mois ou pour des tonnages importants, au-delà d'une centaine de tonnes par hectare. Toutefois, aucune corrélation stricte entre tonnage et qualité n'est établie, vu la multiplicité des facteurs intervenants dans « la chaîne de qualité » tout au long de l'itinéraire technique (ROSEMAIN, BARON, 1998). Néanmoins, afin de satisfaire aux principes de l'AOC, les professionnels et l'INAO se sont accordés pour fixer à 120 t/ha le rendement maximum autorisé par parcelle. Sachant que la moyenne martiniquaise est de 70-80 t/ha, cette limite laisse une marge satisfaisante à l'ensemble des planteurs³³.

La dernière codification relative aux conditions de production de la canne concerne la période de coupe : elle est définie du 1^{er} janvier au 31 août, ce qui correspond à un temps de coupe largement suffisant pour la Martinique, sachant que ces dernières années, les campagnes rhumières (et sucrières) s'étalent en moyenne de février à fin juin. Notons toutefois que cette superposition de la campagne à la saison sèche s'est progressivement opérée à la Martinique avec la diminution du tonnage total de canne récolté, ainsi que grâce à la démarche qualité de l'ensemble de la filière. En revanche, il n'est pas rare de voir aujourd'hui encore à la Guadeloupe des distilleries fonctionner bien au-delà du 31 août, comme cela pouvait s'observer par le passé à la Martinique. Par contre, la profession n'a pas accepté l'élimination du brûlage avant récolte, pratique initialement jugée néfaste par l'INAO. Sont autorisés les récoltes avec ou sans brûlage³⁴, manuelles ou mécanisées, en plaine ou en morne. Dans cette volonté de codification, l'objectif de l'INAO n'était pas de restreindre et d'uniformiser les pratiques culturales, mais de sélectionner celles supposées permettre la meilleure expression du terroir. Par ailleurs, l'Institut n'a pas souhaité bouleverser outre mesure l'itinéraire technique traditionnel, afin de ne pas handicaper l'évolution de cette jeune AOC.

3.3. Spécificité et qualité de la matière première : une faible valorisation

Concernant la spécificité de la matière première, les paragraphes suivants s'arrêtent sur l'orientation donnée à la sélection variétale, puis sur les exigences du cahier des charges AOC.

³³ Il arrive que quelques parcelles puissent dépasser ce tonnage. C'est le cas des parcelles de sélection variétale du CTCS, pour lesquelles le soin apporté aux cultures ainsi que la coupe manuelle et minutieuse permettent d'obtenir des rendements climatiques de l'ordre de 150 à 160 t/ha. Ces derniers correspondent à l'optimum pouvant être atteint dans la région (FAUCONNIER, 1990). Ils se traduisent par des rendements de 80-90 t/ha en culture industrielle.

³⁴ Indépendamment de l'AOC, le souci de ne pas brûler la canne est depuis longtemps plus marqué au niveau de la filière rhum agricole, en rapport avec la qualité supposée du rhum. Le fait de ne pas brûler favorise surtout une meilleure conservation de la qualité intrinsèque de la matière première, qui se dégrade plus vite après brûlage. Dans la pratique, le choix de brûler ou pas dépend de nombreux critères, comme étudié dans la deuxième partie : d'ordre organisationnel (distillerie en auto-approvisionnement total, en culture totalement mécanisée, comme JM et Depaz, ou avec une coupe à la tonne, comme Neisson) ; d'ordre climatique (zones sèches du Sud pour lesquelles le brûlage est proscrit) ; d'ordre géographique (pas de proximité de balance pour la coupe à la tonne, conduisant à la nécessité d'une coupe à la toise en cannes brûlées, pour les grandes et moyennes exploitations "indépendantes", quand la mécanisation n'est pas permise).

3.3.1. Pas de « canne à rhum » jusqu'ici

L'histoire de la canne dans le monde entier est intimement liée à la production de sucre. Aussi, n'y a-t-il jamais eu de sélection de « canne à rhum » à la Martinique, pas plus qu'ailleurs. Dans la perspective d'extérioriser et d'optimiser le lien entre matériel végétal, terroir et rhum selon les zones de culture, l'INAO suggère l'établissement d'une sélection variétale spécifique. A ce propos, François RONCIN souligne dès 1994 l'importance qu'il accorde à ce point : « *si une canne à rhum est apte à faire du sucre, l'inverse n'est pas forcément vrai et cela limite vraisemblablement les potentialités organoleptiques des rhums de Martinique* ». Louis FAHRASMANE et Berty GANOU-PARFAIT (1999), travaillant depuis de longues années sur le rhum à la Station de technologies des produits végétaux de l'INRA, en Guadeloupe, font le constat suivant : « *Les cannes actuellement utilisées en distillerie agricole sont des hybrides sélectionnés sur la base de critères de sucrerie, ayant donc un non sucre³⁵ relativement faible. La variabilité des produits de la distillerie, induite par des propriétés de la matière première, semble non perceptible* ». Au début des années quatre-vingt-dix, le CTCS (1991) reconnaît que : « *[...] il semblerait qu'aucune corrélation précise ne puisse être faite entre la variété de canne et le profil organoleptique des rhums agricoles. Selon les variétés, les différences enregistrées seraient plus importantes sur les potentiels en sucre que les potentiels aromatiques. Toutefois, très peu de recherches ont été réalisées ; nous n'en sommes donc, à ce stade, qu'au niveau des hypothèses* ». Dix ans plus tard, la situation n'a guère évolué.

Dans la perspective d'extérioriser le lien entre le matériel végétal, le terroir et le rhum, l'INAO suggère, lors des travaux préparatoires, le développement d'une sélection variétale spécifique pour le rhum agricole. François RONCIN souligne en 1994 l'importance qu'il accorde à ce thème : « *si une canne à rhum est apte à faire du sucre, l'inverse n'est pas forcément vrai et cela limite vraisemblablement les potentialités organoleptiques des rhums de Martinique* ». La nouvelle donne de l'AOC conduira-t-elle à une distinction à terme entre les variétés sucrières et celles présentant des aptitudes rhumières plus spécifiques ? Celles-ci devraient présenter un fort taux de matière sèche, incluant l'ensemble des sucres fermentescibles, et satisfaire à la qualité organoleptique des jus produits. Une telle orientation devrait tenir compte de certains éléments mineurs constitutifs du jus. De plus, la notion de terroir, en relation avec la qualité de la matière première spécifique pour la fabrication de rhum agricole, devrait être étroitement intégrée à cette orientation.

En phase avec cette préoccupation, le concept de « canne à rhum » a eu ses heures de gloire dans les années quatre-vingt-dix au sein de la profession rhumière martiniquaise et, plus généralement, de la filière canne, ouvrant des voies de recherche (ROSEMAIN, BARON, 1999 ; p. 116). Cependant, les velléités d'approfondissement de ces questions ont été étouffées par les risques encourus en termes de contraintes pour la gestion des approvisionnements. Le fait que les filières sucre et rhum agricole soient intimement liées freine la recherche de trop fortes spécificités de la matière première pour la seconde. Sur de tels aspects, la concertation des acteurs est d'autant plus perceptible que leur intérêt

³⁵ Le « non-sucre » est ici entendu comme le « non saccharose » : il inclut tant le glucose et le fructose, que tous les autres composés « non-sucres », autres que ces trois éléments fermentescibles.

premier n'est pas focalisé sur la qualité et la spécificité de la canne. Ce point se comprend également au regard d'un double constat : le paiement des cannes en distilleries, bien que déterminé « à la qualité » désormais, ne valorise guère la qualité technologique des livraisons³⁶ ; le prix de la tonne est resté quasiment inchangé depuis l'avènement de l'AOC. Ce contexte pousse les fournisseurs de distilleries à privilégier les performances quantitatives des variétés ; de plus, les aptitudes sucrières de ces dernières importent plus, sur le plan économique, que leurs seules aptitudes rhumières. Il s'ensuit que, contrairement à ce qui s'observe pour les AOC viticoles, l'AOC rhumière ne s'est pas dé faite des variétés à forts rendements. Au contraire, le potentiel agricole a servi à définir la liste des clones proposés en 1996 (cf. annexe 3.4).

Pour les variétés ne figurant pas sur cette liste, ainsi que pour celles libérées après 1996, des essais complémentaires sont requis en vue de leur agrément pour l'élaboration de rhum agricole « Martinique ». La procédure est la suivante : selon les résultats de la sélection variétale sur sa station de Petit Morne, sur une dizaine d'années, le CTCS soumet des clones au SDAORAM, qui émet à son tour des propositions auprès de l'INAO en vue d'essais d'agrément. Conduits dans diverses zones, ceux-ci visent à justifier de l'aptitude rhumière des clones et cerner leur adaptation à des régions particulières. Ils se finalisent en une dégustation par le jury AOC, afin de vérifier la typicité du rhum élaboré. De telles expérimentations sont désormais possibles, grâce à la mise au point, au CTCS, d'une colonne à distiller expérimentale, permettant des essais comparatifs et reproductibles. Cette procédure, devrait permettre de trouver plus rapidement le territoire privilégié de chaque variété et d'affiner les choix par zone : réponse agro-technologique (tonnage et richesse) aux critères du « terroir » (sécheresse, sol, mais aussi usages), réponse en terme de typicité du rhum agricole.

Les précisions apportées sur les produits issus de la canne, au chapitre III, conduisent à différencier deux types de matière première : la canne AOC et la canne non-AOC. La première est cultivée au sein de l'aire délimitée à cet effet, dans le respect du cahier des charges correspondant. Elle est destinée à être transformée en rhum agricole AOC, bien qu'elle puisse également être acheminée en sucrerie. La canne dite non-AOC est issue d'une zone de culture exclue de l'aire AOC et/ou l'une ou l'autre des étapes allant de la culture au broyage de cette canne ne répond pas au cahier des charges AOC. Il peut s'agir par exemple des conditions de récolte : cannes rassises, problèmes divers d'organisation de la coupe ou du ramassage, etc. De telles cannes peuvent faire l'objet d'une transformation en rhum agricole non-AOC ou en sucre, puis en rhum de sucrerie. L'annexe 3.4 récapitule les cheminements possibles de la canne au produit final, en procédure AOC ou non. Elle montre que la distinction entre canne AOC et canne non-AOC est surtout, pour l'heure, d'ordre réglementaire.

3.3.2. Paiement des cannes : vers une plus grande incitation à la qualité ?

Pour la production de rhum agricole, la rémunération de la canne s'effectue jusqu'en 1994 au tonnage brut, sans aucun paramètre qualitatif. Les cours des transactions entre planteurs et transformateurs sont jusqu'à cette date alignés sur ceux négociés dans la filière sucre, sous le regard des pouvoirs publics. Ces négociations se font au sein d'un comité d'organisation de la campagne, où sont représentés : les

³⁶ Point détaillé au chapitre VII, sur lequel nous reviendrons dans les paragraphes suivants.

principaux « chefs de file » et les représentants de la SAEM pour la filière sucre ; le représentant de la distillerie et les fournisseurs-livreurs, pour la filière rhum agricole. Les bases de négociations sont globales pour les deux filières et tiennent compte des évolutions des paramètres économiques. A partir du prix d'orientation défini pour la campagne, le critère qualitatif existe pour les livraisons à l'usine du Galion depuis les années soixante (PCRS). En distillerie, ce n'est qu'en 1995, en prévision de l'AOC, que s'est opéré un changement qui se voulait radical : un paiement spécifique « à la qualité », basé sur le Brix (cf. chap. VI et VII) ; parallèlement à la mise en place de normes pour le pH. Ce dernier constitue un indicateur de l'état de fraîcheur ou de dégradation des cannes. La mise en place du protocole de paiement a fait l'objet de nombreux débats.

Pour le prélèvement, l'INAO a préconisé un contrôle qualitatif sur le jus du premier moulin ; une procédure non retenue par la profession, vu les difficultés de sa mise en place. La Commission d'enquête s'est rangée à la proposition des professionnels, quant à la méthode de « l'échantillonnage », qui se borne, comme souligné au chapitre VII, à récupérer manuellement, au moment de la pesée, deux cannes de la cargaison. Une telle procédure ne permet nullement de garantir une quelconque fiabilité des résultats. Cependant, il s'avère pour l'heure difficile d'envisager un système d'échantillonnage raisonné (tel le carottage pratiqué à l'usine du Galion), vu l'investissement requis. Pour la détermination des valeurs minimales de Brix et de pH, l'INAO a préconisé un taux de 15 pour le Brix et de 4,9 pour le pH, ce qu'a contesté le Syndicat, qui souhaitait pour sa part retenir respectivement les limites de 13 et 4,5. Au final, un compromis a été trouvé à 14 de Brix et 4,7 de pH, soit exactement la moyenne des revendications. La rémunération de la canne est dorénavant indexée sur le Brix, le prix de référence étant établi entre 16 et 19 de Brix. Des bonifications de 2% et de 4% sont respectivement appliquées lorsque le Brix atteint ou dépasse 21 et 23. Inversement, pour 16 et 14 de Brix, le prix est minoré de 2% et 4%. Dans la pratique, ces mesures s'avèrent insuffisantes pour inciter réellement les fournisseurs à la qualité : d'une part, le mode de prélèvement, sans représentativité, se traduit en général par une surestimation du Brix de la livraison (estimée en moyenne à 2 degrés supplémentaires, selon un distillateur) ; d'autre part, les taux de bonification et de réfaction restent faibles, au regard de la courbe de paiement en sucrerie (cf. annexe 2.8). A ce sujet, la Commission d'enquête déclare en 1995 : « *revendiquer l'AOC signifie adopter des disciplines contraignantes et non pas se fixer des normes suffisamment larges pour prendre en compte toute la production sans effort particulier* ».

Chaque cargaison déclarée en AOC se voit dorénavant notifiée à la bascule de l'identifiant parcellaire, du numéro de planteur, du poids, du Brix et du pH. La perte de traçabilité croît avec le taux d'approvisionnement extérieur en canne de la distillerie. La multiplication des fournisseurs complique la gestion des livraisons, celles de différentes provenances étant mélangées dans la cour de réception et broyées au même moment : il devient impossible d'établir une traçabilité parcelle/variété/cuve/rhum. Néanmoins, cette traçabilité souhaitée par l'INAO – mais non obligatoire – est en bonne voie pour certaines distilleries. L'AOC martiniquaise n'a de ce point de vue rien à envier aux AOC vinicoles.

3.4. Techniques de transformation : vers plus de maîtrise

En 1995, lors de sa seconde visite, la Commission d'enquête prend acte des progrès accomplis, mais identifie de nouveaux points à améliorer : « *hygiène des cuves, dilutions non maîtrisées, incertitudes*

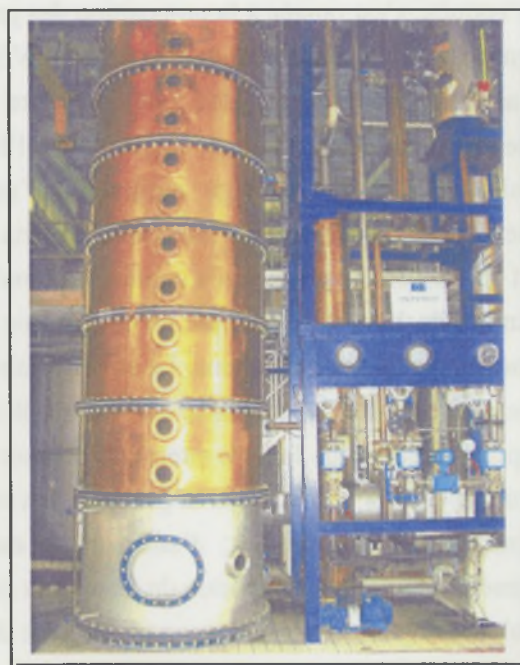
sur le montage des colonnes, sur les paramètres de la qualité des cannes et les normes analytiques » (INAO, 1995). La difficulté de ces évaluations réside dans l'appréhension des us et coutumes qui font la typicité des rhums avec, comme unique base référentielle, les études préliminaires du CTCS. Parallèlement, la Commission manifeste toujours son inquiétude quant à la maîtrise du process et à la position des distillateurs sur le lien canne-produit fini : « *il est surprenant de constater que quelques distillateurs connaissent très mal leur outil de travail. Dès lors, il est compréhensible que les rhums issus de ces distilleries soient, jusqu'à présent, mal maîtrisés d'où le fatalisme qui règne en matière de présence de produits indésirables, ou pour estimer que c'est la "colonne" qui fait le terroir. Cette affirmation prêterait à sourire si elle ne semblait pas partagée encore par nombre de distillateurs...* » (INAO, 1995). Ces constatations confirment les observations de 1992. Ces assertions sont confirmées

par les propos recueillis par COHEN (1997a) auprès d'une distillerie d'un grand groupe économique :

« *Les secrets de grands-mères résident dans la gestion des levures introduites lors de la fermentation ainsi que dans la conception de la colonne à distiller. [...] L'intervention du savoir-faire de l'homme dans la fabrication du rhum est d'autant plus importante que l'obtention d'un millésime n'est pas aléatoire, mais se décrète. Une telle décision se prend alors en fonction de considérations commerciales [...]* » ; même s'il est par ailleurs admis que « *en général, un millésime correspond à un carême très ensoleillé* ». Le « mythe de la colonne », comme déjà souligné, reste donc très fort. Les distillateurs s'accordent à reconnaître que chaque colonne est unique et correspond à un type – il vaudrait mieux dire un « style » – de rhum bien spécifique. L'étude menée par le SDAORAM sur les colonnes n'a toutefois pu

mettre en évidence d'« effet colonne », chaque distillerie possédant son propre appareillage de distillation. Il est donc difficile de proposer des normes resserrées sur des colonnes qui soient susceptibles d'influencer à leur échelle le profil organoleptique du rhum.

Photo 25 : Une colonne à distiller



Cliché CTCS, 2002

Les codifications relatives à la transformation (résumées au tableau 90) concernent les trois grandes étapes que sont l'extraction des jus, la fermentation et la distillation. La canne doit être transformée au moyen de matériels et procédés agréés par le Comité national, après avis de la Commission technique. L'extraction se fait par pression mécanique à froid, dans des moulins traditionnels dont la largeur utile n'excède pas 1,25 mètres. L'imbibition lors du broyage doit être réalisée à température ambiante, à partir d'eau ou de jus des derniers moulins. Tout chaulage à chaud est interdit, ainsi que toute décantation ou clarification. En revanche, rien n'est dit sur la qualité de l'eau injectée, sachant qu'elle provient généralement des anciens canaux d'irrigation. Rien ne garantit par conséquent l'absence de matières néfastes rejetées en amont, notamment au niveau des bananeraies. Cette carence apparente se comprend au regard de l'effort d'investissement auquel doivent déjà consentir les distilleries, pour la

mise aux normes requise en matière environnementale (traitement des effluents, réduction de l'émission de fumées, etc.). La poursuite de la réflexion au sein du SDAORAM, depuis l'avènement de l'AOC, devrait progressivement voir ces imprécisions résolues.

La fermentation est de type discontinu, en cuve ouverte de 500 hl maximum, et limitée au seul apport de levure du genre *Saccharomyces*. A propos de la sélection de souches fermentaires, un important travail reste à faire, à l'image des AOC bordelaises, pour optimiser la fermentation. La durée de fermentation ne doit pas excéder 72 heures à 38,5°C maximum. En ce qui concerne le titre alcoométrique des vins, la Commission d'enquête de 1995 insiste sur la nécessité d'une réduction de la fourchette des degrés de fermentation. L'INAO préconise un degré minimum de 4% /vol, alors que la profession statue sur 3,5 %/vol, ce sur quoi elle a finalement obtenu gain de cause. En 1992, la Commission d'enquête émet des réserves sur la nécessité d'ajouter des compléments azotés et phosphatés et de pratiquer une acidification lors de la fermentation. Les recherches menées à l'INRA (FARAHSMANE et GANOU-PARFAIT) et au CTCS ont toutefois prouvé le bien fondé de ces pratiques, pour la maîtrise du process. Celles-ci sont finalement validées dans le cahier des charges AOC.

La seule règle qualitative relative à la production de rhum traditionnel des DOM, dans le décret en Conseil d'Etat du 22 avril 1988, a trait au taux de non-alcool : il doit être au minimum de 225 g/HAP. Cette règle, retranscrite pour l'AOC, constitue déjà une contrainte importante, comme le relève RONCIN (1999). Passant par l'utilisation de colonnes à distiller traditionnelles implantées dans les DOM à l'occasion notamment de la première guerre mondiale, elle impose une distillation coûteuse. Cette contrainte convient aux distillateurs de la Martinique, dans la mesure où ils n'ont pas à investir dans les technologies de distillation de rhums allégés. De fait, le mode de distillation en colonnes à fonctionnement continu, classique à la Martinique, est retranscrit dans le cahier des charges AOC. L'INAO a accepté de ne pas soulever la question de la distillation avec l'alambic cognaçais à repasse³⁷, initialement utilisé pour la fabrication de rhum : seules les colonnes en « montage martiniquais » sont retenues. La codification du montage de ces colonnes s'avère par contre délicate, dans la mesure où le montage « martiniquais » restait à définir concrètement. Des fourchettes pour le nombre et la dimension des plateaux sont proposées, sachant que chaque colonne est unique à la Martinique. Le décret retient finalement un minimum de 15 plateaux d'épuisement en cuivre et en inox, avec un diamètre compris entre 0,7 et 2 mètres. Les plateaux de concentration, de l'ordre de 5 à 9, sont obligatoirement en cuivre, en accord avec les résultats d'une étude réalisée par le CTCS. Une dérogation est accordée jusqu'en 2001 pour les distilleries qui en possèdent 10 ou 11.

La température du récepteur de rhum doit être de 20°C, avec un titre alcoométrique volumique compris entre 65 et 75%/Vol. En revanche, aucune précision n'apparaît quant à l'eau de coupage destinée à abaisser le titre alcoométrique jusqu'à 50%, 55% voire 62%/Vol, ou sur l'embouteillage. Il s'agit d'un point crucial et purement économique : pour abaisser les coûts de revient, certaines grandes distilleries expédient leur rhum AOC en vrac à 75%/vol en France, où sont réalisés le coupage et l'embouteillage. Par conséquent, une réglementation qui imposerait la réalisation de ces opérations à la Martinique induirait des pertes financières conséquentes pour ces entreprises. Les distillateurs-

³⁷ Il reste jusqu'ici un tel alambic dans une entreprise, son produit étant jugé « *fort élégant* » par la Commission en 1995.

embouteilleurs (anciens membres de l'APPERAM) continuent à réclamer cette mesure, qui contribuerait à ancrer davantage toute la production rhumière AOC au territoire. Un tel souci, correspond officiellement au bien fondé de l'AOC, n'englobe-t-il pas officieusement des problèmes de concurrences jugées déloyales ? Quoi qu'il en soit, l'INAO n'a pas statué à ce jour sur ces questions.

3.5. Produits finis : conditions de mise sur le marché et agrément

Concernant les produits finis, la codification concerne, d'une part, les phases de maturation et de vieillissement et, d'autre part, la procédure d'agrément des rhums. La période de maturation des rhums blancs avant agrément est longuement débattue au cours des travaux collectifs. Il semble qu'une mise en consommation trop rapide influe sur la qualité du produit final. En conséquence, une période dite « morte », durant laquelle aucun rhum ne peut être vendu, est instaurée. Cette pratique impose aux distilleries une gestion adéquate de leurs stocks. Un consensus est trouvé pour une durée de maturation minimale de 3 mois en cuve inox pour les rhums blancs, avant leur mise sur le marché. Le prélèvement du rhum pour l'agrément doit se faire six semaines minimum après la distillation.

Pour le vieillissement des rhums, la Commission d'enquête maintient l'obligation d'une durée minimum d'élevage sous-bois, sans coloration et dans l'aire d'appellation, en vue d'harmoniser les pratiques et de limiter les fraudes : les rhums « vieux » doivent séjourner au minimum trois ans dans des fûts de chêne de petit volume (soit 650 litres), avec un taux de non-alcool (TNA) supérieur à 325 g/HAP ; les rhums « élevés sous bois », type « paille » ou « ambré » doivent séjourner au minimum douze mois en foudre de bois de chêne, dans l'aire de production, avec un TNA supérieur à 250 g/HAP. Le fait d'imposer le vieillissement sur place concourt à un ancrage supplémentaire de la production rhumière, dans la mesure où les conditions climatiques interfèrent sensiblement sur la maturation. Les règles relatives à la mise en vieillissement, qui imposent incontestablement des conditions strictes, sont toutefois celles mentionnées dans le décret du Conseil d'Etat du 22 avril 1988.

Une fois produits, les rhums doivent être soumis à différents tests et contrôles, concernant la dégustation sensorielle, les analyses physico-chimiques et les transferts. Une analyse chimique hebdomadaire étant obligatoire, les distilleries ont pour la plupart été amenées à investir dans un laboratoire de contrôle. La dégustation permet de valider l'agrément, les analyses s'inscrivent dans une démarche-qualité visant à optimiser le process, tandis que les transferts sont réglementés, via un certificat d'agrément. Concernant la première de ces étapes, chaque lot de rhum blanc, élevé sous bois ou vieux, doit être soumis à un test organoleptique afin d'être agréé. Ce test est réalisé par un jury d'experts dégustateurs basés à la Martinique, qui détermine la typicité du rhum (odeur, couleur, limpidité et saveur). Les échantillons fournis par les distillateurs sont rendus anonymes par le SDAORAM³⁸. Les lots de rhums non-agréés peuvent être représentés une seconde fois devant ledit jury. En cas de non-agrément définitif, le Syndicat peut conseiller le distillateur sur les changements à opérer. Dans cette hypothèse, les résultats d'analyses physico-chimiques sont un support essentiel.

³⁸ en dépit des quelques « failles » qui subsistent dans le protocole, notamment sur la forme des bouteilles.

Du fait de l'AOC, les analyses relatives au suivi de fabrication du rhum se devaient d'être effectuées par un laboratoire accrédité³⁹ par le COFRAC (Comité français d'accréditation), en conformité avec la demande de l'INAO. Le laboratoire du CTCS a initié une démarche d'accréditation afin de satisfaire à cette exigence. Dans l'attente de son obtention, les analyses ont été réalisées quelques temps par le laboratoire (déjà accrédité) du Bureau national interprofessionnel du Cognac (BNIC). Cette procédure s'est traduite par des retards dans la transmission des résultats, conduisant à la protestation des distillateurs. Une dérogation a été accordée au laboratoire du CTCS pour que les analyses lui soient de nouveau confiées, jusqu'à son accréditation. Obtenue en 2001, cette accréditation COFRAC s'inscrit dans la démarche qualité entreprise au sein du Centre technique, en accompagnement de celle de la filière rhum agricole. Non répressives, les analyses chimiques permettent de détecter les composés présents à des taux anormaux et à en informer les distillateurs, afin d'améliorer leur production.

Aucune mise en circulation de rhums revendiqués en AOC ne peut se faire sans un certificat d'agrément délivré par l'INAO. Les distillateurs doivent adresser leur demande de certificat au plus tard quatre mois après la fin de la distillation. Une demande de transfert des rhums AOC doit être soumise à l'INAO pour autoriser la circulation du rhum entre la distillerie et le chai de vieillissement. Cette dernière procédure est généralement longue, allant parfois jusqu'à six mois, ce qui ne facilite pas la gestion des stocks. En conclusion, les procédures d'agréments sont extrêmement contraignantes pour les distilleries, qui doivent gérer leur commercialisation en fonction des contrôles requis.

En conclusion, concernant les conditions de culture de la canne et le process d'élaboration du rhum agricole, on ne peut que relever les faibles spécifications (supposées propres à la Martinique et non-reproductibles) définies dans le cahier des charges de l'AOC. Malgré tout, sur le plan de la qualité de la matière première et du suivi du process de fabrication, les distillateurs de Martinique doivent soutenir l'appellation acquise au prix de contrôles méticuleux permanents, afin de respecter les contraintes incontournables (même reposant sur les usages habituels) qu'ils se sont fixés dans la définition du cahier des charges. La démarche promue à la Martinique va à l'encontre de celle adoptée en Guadeloupe, basée sur le maintien de l'Appellation d'origine simple (AOS). Cette démarche vise, selon les explications d'un distillateur de l'île voisine, Michel Monteiro, à « éviter de s'enfermer dans un carcan contraignant de décrets qui fixent des procédures AOC qui seront bientôt dépassées en raison des évolutions technologiques encore nécessaires pour adapter nos produits aux goûts des consommateurs » (propos recueillis par le journaliste Marc AMOR, 1998). Ces propos ne témoignent-ils pas d'une mauvaise compréhension de la philosophie même de l'AOC ? Celle-ci veut éviter précisément de figer les modes d'élaboration du produit fini. Par effet de miroir, la stratégie (ou l'absence de stratégie ?) guadeloupéenne met d'autant plus en relief le caractère audacieux de celle initiée à la Martinique au début des années soixante-dix ; d'autant plus qu'elle s'est opérée dans un milieu où la conception de l'AOC est alors peu répandue et, somme toute, peu comprise.

Cependant, pour l'AOC Martinique, l'accent est surtout mis sur les technologies de transformation de la canne en rhum agricole : ferments sélectionnés, température et durée de fermentation, montage de la colonne à distiller, etc. Cette préférence accordée aux facteurs technologiques soulève deux types

³⁹ Dans le cadre du programme 115 : dosage des spiritueux.

d'interrogations. D'un côté, le suivi de plus en plus rigoureux induit par la qualification a conduit à l'élimination progressive des rhums « à défaut », ne satisfaisant pas à la typicité « Martinique ». En contrepartie s'observe une tendance à la régularité de la qualité, au détriment de la diversité initialement appréciée par l'INAO. Une telle tendance ne risque-t-elle pas de conduire, à terme, à une logique de standardisation de la production rhumière AOC ? Par ailleurs, les technologies de fabrication sont certes censées reposer sur des us et coutumes ancestraux, qui se seraient transmis au fil des siècles, tout en se perfectionnant. Toutefois, est-il raisonnable de les juger prépondérantes dans l'élaboration de la typicité d'un produit AOC ? On peut s'interroger sur les risques de reproductibilité d'une telle typicité, dont la codification dépend avant tout de technologies, par définition délocalisables. Un tel parti pris ne constitue-t-il pas une menace de remise en cause de la typicité « Martinique », faute d'un ancrage suffisant au terroir agricole ?

4. A TRAVERS L'IDENTIFICATION DE LA TYPICITE : RECONNAISSANCE ET PROTECTION

Il s'agit, dans cette dernière section, d'analyser la prise en compte du principe de l'ancrage au terroir à travers l'identification de la typicité « Martinique ». Si standardisation et délocalisation vont souvent de pair, une démarche de différenciation comme celle de l'AOC peut précisément proposer une alternative à ces deux logiques. Toutefois, en considérant le lien implicite entre la typicité du rhum agricole Martinique et les caractéristiques pédo-climatiques de son aire de production, de telles conditions existent également ailleurs. Les îles volcaniques voisines peuvent offrir au rhum un terroir agricole similaire (sols, pluviosité, ensoleillement, etc.). Quels sont alors les atouts non reproductibles sur lesquels baser à long terme l'efficacité de la démarche de différenciation entreprise par la filière martiniquaise ? C'est à cette question que tentent de répondre les paragraphes suivants, en considérant tour à tour l'antériorité du produit, sa typicité et son ancrage au territoire.

4.1. Antériorité, notoriété, démarche qualité

Le caractère notoire d'un produit faisant l'objet d'une demande d'AOC est l'un des critères exigé par l'INAO pour y satisfaire. Sur ce point, la production rhumière de Martinique possède un avantage majeur : elle bénéficie d'une forte notoriété à l'échelle nationale et de spécificités développées au fil de l'histoire, qui la différencient des autres productions rumières. Un rappel de cette « montée en puissance » du rhum de Martinique (en écho au chapitre II) permet de souligner comment l'« antériorité » a été transmutée en « qualité ».

A partir du milieu du XVII^e siècle, parallèlement au développement de l'industrie sucrière à la Martinique, s'opère de façon empirique la naissance du rhum de mélasse. Eau-de-vie au départ très rustique, réservée à la consommation des esclaves, elle gagne progressivement en qualité grâce à l'amélioration des outils et des techniques de distillation. L'expansion sucrière à la Martinique conduit à exporter, dès le début du XVIII^e siècle, du rhum de mélasse, très apprécié en France pour ses vertus thérapeutiques fortifiantes. Ce siècle marque les débuts de la vocation rhumière de la Martinique. Mais c'est surtout le début du XIX^e siècle qui voit l'apogée de l'industrie rhumière martiniquaise, au point que la ville de Saint-Pierre est alors promue capitale mondiale du rhum. Profitant de la réputation des produits rhumiers de l'île, le rhum agricole amorçe sa pénétration sur le marché d'exportation au

milieu du XX^e siècle. Il y acquiert une certaine notoriété, profitant du détachement des consommateurs français vis-à-vis du rhum industriel ambré. La production de rhum agricole devient prépondérante au cours du XX^e siècle. Autrefois « île à sucre », la Martinique entend se positionner désormais en tant qu'« île à rhum » (sous-entendu « agricole »). Sa production cannière est aujourd'hui préférentiellement orientée vers la fabrication de rhum agricole, qui représente 90% de la production rhumière totale. Cette île marque par-là son originalité par rapport aux autres régions productrices cannières, tournées vers la fabrication de sucre, puis de rhum industriel, comme sous-produit du premier. La notoriété du rhum agricole Martinique peut ainsi être attribuée à l'antériorité de sa présence sur le marché français, mais aussi à ses caractéristiques spécifiques.

Ses caractéristiques sont entre autres à relier à une démarche qualité, au sens technologique, initiée de longue date ; démarche qui a abouti dès le début des années soixante-dix à l'obtention du label « Rhum agricole Martinique » pour les rhums mis en bouteille sur les lieux de production (APPERAM, 1974). Si qualité et qualification ne sont pas forcément corrélées (SCHEFFER, RONCIN, 1999), l'engagement des distillateurs dans la qualité de leur produit a favorisé la qualification du rhum agricole martiniquais. Cette dernière, en retour, permet d'amplifier la démarche qualité en cours, grâce à une meilleure organisation des livraisons de canne et à l'amélioration du suivi en distilleries.

4.2. Détermination de la typicité : analyses physico-chimiques et tests organoleptiques

Les premières recherches sur l'analyse du jus de canne et du rhum agricole, dans le cadre de l'AOC, sont menées à partir de 1993 au CTCS, en liaison avec un laboratoire français. Elles prennent la suite des recherches effectuées par le Centre technique depuis les années quatre-vingts, en vue d'optimiser la conduite des fermentations (favoriser la présence de substances souhaitées et résoudre les problèmes de substances jugées indésirables dans le produit final). Les nouvelles études ne relèvent pas de problème qualitatif, excepté des teneurs très variables d'esters sulfureux et de carbamate d'éthyle, résultant d'attaques bactériennes. Cependant, l'existence d'un profil analytique type n'a pu être démontrée (CTCS, 1993). Seule l'analyse organoleptique permet de déterminer la typicité du produit.

La Commission d'enquête a mis l'accent sur le manque de normes analytiques et organoleptiques pour codifier les séances de dégustation et préparer les procédures d'agrément. Ces carences sont comblées, grâce au dialogue qui s'instaure au fil des séances de dégustation, réunissant des acteurs volontaires. Ceux-ci sont soit issus de la filière (distillateurs, ingénieurs-techniciens de distilleries, d'exploitations et du CTCS), soit indirectement concernés (DAF, Service de la répression des fraudes, Conseil régional, etc.). Effectuées au CTCS, ces séances sont initialement organisées par ce dernier puis, à partir de 1992, par le SDAORAM ; l'ingénieur coordonnant les actions du Syndicat étant également œnologue. L'analyse sensorielle s'est ainsi affinée entre 1989 et 1993. En 1994, un jury de dégustation est mis en place. Il s'agit de préparer les contrôles organoleptiques préalables à l'agrément des rhums, avec pour objectif la détermination de la typicité sensorielle du rhum agricole Martinique. Les membres de ce jury sont formés avec l'appui de l'interprofession du Cognac. Deux séries de tests sont effectuées conjointement par les jurys de la Martinique et du Cognac. Ces approches comparatives, permettant de valider la fiabilité des jurys de Martinique, se heurtent aux différences de références gustatives entre collèges. Un échantillon de chaque rhum provenant des neuf distilleries fait l'objet

d'analyses chimiques des composés volatils, avant d'être dégusté. Les deux types de jurys parviennent à s'accorder sur les hiérarchies qualitatives des produits, avec des classements cohérents par rapport aux analyses chimiques. Par contre, aucune corrélation simple ne peut être établie entre les caractéristiques chimiques des eaux-de-vie et leur classement organoleptique. Celui-ci relève de la typicité, qui échappe précisément au domaine du mesurable et du quantifiable (RONCIN, 1996b).

En conclusion, les résultats de ces tests confirment que les acuités sensorielles sont liées à la « culture » de chacun, ce qui garantit la représentativité des « gens du cru ». C'est à eux qu'il revient d'établir la gamme de caractéristiques qu'ils considèrent comme faisant partie de leur patrimoine gustatif, en fonction des sensations inscrites dans leur mémoire collective. La typicité du rhum agricole de Martinique est de la sorte identifiée.

4.3. Une typicité reproductible, mais un ancrage indéfectible au territoire

L'agrément d'un produit AOC ne se limite toutefois pas à une simple analyse et une dégustation sensorielle. Il suppose également que le produit ait satisfait à l'ensemble des conditions de production. C'est cette chaîne qui concrétise l'ancrage du produit au terroir, au sens large du terme, et lui confère sa personnalité. La finalité de cette procédure s'apprécie par le consommateur en terme de typicité, autrement dit de « goût du produit ». La typicité « Martinique », reconnue et identifiée, se veut l'expression d'un milieu naturel, caractérisé par une grande diversité de paramètres. A l'opposé d'un profil aromatique standard, déterminé pour les produits certifiés et normalisés, avec comme objectif qualité le « risque zéro », elle est censée englober des nuances. A l'instar de toute typicité de produit AOC, ces nuances sont supposées refléter la diversité du milieu naturel. Auquel cas, elles sont potentiellement contenues dans la matière première, autant que certains savoir-faire. Les îles de la Caraïbe, ainsi que le Brésil, constituent l'aire traditionnelle de la production rhumière (FAHRASMANE, GANOU-PARFAIT, 1997). Cette production s'est étendue à certains pays d'Afrique et d'Océanie. Mais le savoir-faire ancestral de la Caraïbe, et plus encore de la Martinique, se traduit jusqu'ici par une forte notoriété de leurs rhums à l'échelle européenne. Indépendamment de l'expression du terroir dans la typicité du rhum « Martinique », rien n'empêche d'imaginer qu'à terme d'autres pays parviennent à élaborer un produit d'une typicité comparable. Au-delà de cette menace, RONCIN (1996b) précise que : « *Ce qui rend légitime la protection des AOC, c'est précisément qu'il convient de préserver un produit authentique et de notoriété vis à vis des imitations, aussi parfaites soient-elles, et ceci par loyauté vis-à-vis des consommateurs* ». A part l'unicité de la typicité du produit, ce que recherche alors le consommateur, c'est l'authenticité de l'origine et tout ce qu'il associe à cette origine unique. Or, s'il est une chose qui ne peut en aucun cas être reproductible, c'est l'origine elle-même. « *Un tableau de Vermeer peut être très bien imité, mais ce ne sera jamais un Vermeer, et cela n'aura pas de sens de dire qu'il est mieux que l'original. Il en est de même pour un produit d'AOC* » (RONCIN, 1996b). Hormis les caractéristiques organoleptiques objectives du rhum AOC Martinique, lui conférant sa typicité, son attribut inimitable ne tient-il pas au fait qu'il soit précisément « produit à la Martinique » ?

Cet attribut se trouve conforté sur le plan technique et réglementaire. Du premier point de vue, l'industrie de la canne est la seule industrie agro-alimentaire à la Martinique qui soit contrainte de s'approvisionner exclusivement en matière première agricole produite sur l'île. Ceci tient au caractère

fortement périssable de la canne, souligné au chapitre III ; une caractéristique qui implique une première attache forte des distilleries agricoles au territoire insulaire. D'un autre point de vue, la législation des rhums traditionnels des DOM impose également l'approvisionnement en matière première sur place, ce qui contraint même à un approvisionnement en mélasse produite localement pour le RTS. Cette législation est renforcée, pour les rhums agricoles, par la délimitation de l'aire AOC et le contrôle afférant. Ce double ancrage au territoire, aux niveaux technique et législatif, différencie les industries de la canne des autres industries agro-alimentaires martiniquaises. Ces dernières fabriquent des produits dits « locaux », à partir de produits fruitiers, de composants laitiers, etc., importés. Elles sont de fait moins garantes du maintien d'activités agricoles sur l'île. Cette réflexion ramène à la contribution de la filière rhum agricole et, plus généralement, à celle de la production de canne au développement territorial de la Martinique ; soulignée au chapitre VIII.

La spécificité d'un produit AOC est liée aux particularités du terroir et aux procédures qui favorisent leur expression. Elle repose sur un nom géographique dont le respect doit être assuré. Le protéger, c'est protéger l'édifice des AOC, dont les composantes sont tant sociales et culturelles qu'économiques. Désormais reconnu en tant qu'élément de la propriété intellectuelle aux plans européen et international, le droit des appellations d'origine est un volet de la vie des affaires, au même titre que les marques et brevets (INAO, 2001). Le vœu de feu Jean-Pierre Bourdillon, ancien Président de la FENARUM et du CODERUM, est bel et bien réalisé. Il souhaitait, grâce à l'AOC, aider les consommateurs et plus précisément les femmes, à faire leur choix, face à une pléthore de rhums divers, déplorant : « *la tendance de certaines maisons à désigner comme rhum de Martinique des mélanges effectifs de rhum agricole de Martinique, de la Réunion et d'autres régions* » (propos recueillis par Jean-Marc LUC, 1997). En dépit des progrès accomplis en matière de droit des appellations d'origine, l'activité contentieuse de l'INAO reste très importante. Chaque pays possède sa propre législation. Sauf en cas de conventions internationales, prévoyant une protection dans les termes de la loi française, chaque dossier est traité selon le droit applicable localement aux appellations d'origine. L'INAO, avec le concours des postes diplomatiques français, joue un rôle de veille sur tous les continents. L'institut s'efforce d'obtenir une jurisprudence favorable à la défense et à la protection des appellations d'origine, susceptible d'influencer à terme la législation des pays concernés. Concernant l'utilisation de la dénomination « Martinique », l'AOC représente une protection internationale, reconnue au niveau européen. Une affaire relative au rhum AOC Martinique s'est soldée récemment en faveur de l'INAO, qui a découvert l'existence d'un rhum américain commercialisé sous la marque « Old Martinique ». La société titulaire de la marque a été convaincue par les arguments développés par la partie française. Elle s'est engagée, à très court terme, à cesser toute référence à la dénomination Martinique pour ses rhums (INAO, 2001). A la Martinique, lors des travaux de mise en place d'une IGP pour la viande bovine, en 2000, le SDAORAM a été consulté pour permettre l'utilisation du mot « Martinique ».

En conclusion, l'AOC Martinique repose sur des liens implicites au terroir agronomique. Elle s'appuie sur la forte notoriété à l'échelon national de l'origine « Martinique » pour les produits rhumiers et sur une typicité reconnue du rhum agricole de ce territoire. L'ensemble est sous-tendu par une démarche qualité (au sens technologique) initiée de longue date. Cependant, un tel ancrage au terroir (au sens large), avec une prédominance accordée aux technologies dans la codification des usages, laisse entrevoir le caractère reproductible de la typicité organoleptique du produit. De fait, au-delà de l'AOC

CHAPITRE XII – DES STRATEGIES D'ENTREPRISES TERRITORIALES OU SECTORIELLES ?

Adopter une approche territoriale pour l'analyse de la filière canne amène à s'interroger sur les modes de régulation de celle-ci, concernant en particulier les stratégies d'entreprises. Pour ce faire, en s'inspirant des travaux de SYLVANDER et MARTY (1998), nous faisons la distinction entre : (i) une logique sectorielle, selon laquelle dominent des actions stratégiques fondées sur le domaine d'activité lui-même, avec ses normes et ses règles de concurrence et de coordination propres, en dehors d'une détermination strictement spatiale ; (ii) une logique territoriale, tirant profit de la localisation de l'activité d'élaboration du rhum agricole au sein du territoire martiniquais. Cette logique s'appuie sur les réseaux locaux non-marchands de la filière et tient compte de l'action des institutions régionales.

Concernant les secteurs liés à des produits dits de qualité spécifique (tels les produits AOC), ALLAIRE et SYLVANDER (1997) constatent que la logique territoriale, supposée prévalente, ne l'est pas toujours. Il existe une forte hétérogénéité de situations. La question est alors de savoir quelle logique prévaut pour l'AOC rhumière Martinique. Ceci implique d'analyser les stratégies individuelles des « acteurs-entreprises », comme le font SYLVANDER et MARTY (1998) pour les AOC fromagères. Comment s'opèrent les négociations et les compromis entre les deux logiques, territoriale ou sectorielle, dans le cadre d'une stratégie collective de différenciation ? Comment se fait la coordination entre stratégies individuelle et collective ? Quels compromis s'opèrent entre acteurs directs et indirects (collectivités territoriales, Etat, instances européennes) ? Tels sont les points soulevés dans le présent chapitre. Cette analyse amène à se pencher sur la construction sociale de la filière rhum agricole, sur laquelle repose la démarche de qualification, ainsi que sur les stratégies de commercialisation mises en place.

1. D'UNE « AOC DE DISTILLATEURS » A UNE « AOC DE FILIERE »

Une qualification, en particulier une AOC, constitue une propriété collective des « ayants droits ». Comme le soulignent Philippe PIERRET-CORNET et Bertil SYLVANDER (1999), l'INAO encourage la gestion interprofessionnelle des AOC, qui relèvent, dans leurs principes, d'une construction sociale collective. En référence à ces principes, il est intéressant d'examiner le jeu des acteurs en présence : distillateurs, moyens et grands planteurs non-distillateurs, petits planteurs ; ce à quoi s'attèle cette première section, relative à la construction sociale de la qualification rhumière Martinique.

1.1. Le mouvement corporatiste industriel : un ancrage territorial fort ?

La rétrospective de la construction de l'AOC Martinique a été présentée au chapitre XI. Il s'agit maintenant de mieux faire ressortir la façon dont se sont mobilisés les distillateurs au sein de l'interprofession rhumière pour construire et gérer cette qualification.

1.1.1. Le poids prépondérant des grandes distilleries

La construction de l'AOC « Rhum agricole Martinique » débute dans la seconde moitié du XX^e siècle. C'est alors qu'émerge un groupe de distillateurs, qui se montrent très tôt conscients de la spécificité du rhum agricole produit et embouteillé à la Martinique, et de ses avantages commerciaux pour l'exportation en France, face aux rhums de mélange sans assise territoriale. Ces premiers artisans de la qualification sont issus de grandes familles de l'île. Ils disposent d'importants réseaux non-marchands à l'échelle territoriale, à la différence de la Guadeloupe¹, où ne s'est pas maintenue une oligarchie de blancs créoles, comme expliqué aux chapitres II et VII.

La construction de l'AOC fédère les groupes nationaux, les groupes locaux et les entreprises familiales locales (cf. organigramme présenté au chap. III, fig. 14) autour d'un objectif économique commun. Au-delà de l'adhésion de principe des neuf distillateurs, leur rôle au sein de la construction qui a présidé à la qualification diffère. Ils sont certes tous consultés lors des réunions préliminaires. Mais, seul le groupe des cinq distillateurs, représentant les trois entreprises nationales et conduit par Jean-Pierre BOURDILLON (Rhums La Mauny), porte réellement le projet jusqu'en 1996. Ce sont également les distillateurs réunis dans ce groupe restreint qui élaborent, pour l'essentiel, le cahier des charges au sein du SDAORAM. En tant que membres fondateurs, ils se présentent comme ayant un droit de regard privilégié sur tout ce qui touche à l'AOC, tant sa légitimité, que les politiques mises en œuvre. Cette association informelle peut être définie comme un « sous-club », selon la théorie des « clubs » de Pierre TORRE (1998) : « *L'intérêt d'une telle approche est de mettre l'accent sur deux aspects : d'une part les effets d'exclusion : dans un club, l'entrée est limitée et les non-membres ne peuvent prétendre aux bénéfices de l'appartenance au club, et d'autre part, les effets d'encombrement : il faut pouvoir limiter le nombre des participants pour que la coopération reste profitable à tous les membres* ». Si l'ensemble des distillateurs de Martinique constitue une sorte de « club » gérant l'AOC, au sein de la filière rhum agricole ou de la filière canne en général, cinq distillateurs affiliés à des groupes industriels nationaux ou locaux font en quelque sorte office de « sous-club ».

Les autres distillateurs, extérieurs à ce « sous-club » des décideurs, ne participent qu'accessoirement aux débats entre 1989 et 1996. Quant aux propriétaires des distilleries « non-fumantes », ils n'ont plus accès à la table de négociations : seuls ceux qui distillent leur propre rhum ont un droit de regard (plus ou moins grand) sur la gestion de l'appellation. Cette dernière profite néanmoins à tous les producteurs de rhums agricoles de l'île. L'aire prise en considération concerne l'ensemble de la sole cannière dévolue aux distilleries agricoles, à l'exception de quelques parcelles ou portions de parcelles exclues. La mainmise des plus influents leur permet surtout d'autogérer l'évolution de l'appellation, en cherchant à préserver leurs intérêts, sans que les autres en soit exclus en tant que bénéficiaires de la « rente » permise par l'AOC.

¹ La structuration de la filière canne des autres DOM ne permettant pas de toutes façons d'envisager une démarche similaire, du fait de l'absence (Réunion - jusqu'en 2000 -) ou de la faiblesse (Guyane) de la production de rhum agricole.

En conclusion, l'AOC Martinique est une propriété collective du Syndicat de défense, mais avec une participation inégale de ses adhérents. Qu'en est-il de l'évolution de cette participation des différents acteurs depuis les premières velléités de qualification dans les années soixante-dix ?

1.1.2. Une participation inégale, suivant les distillateurs

Lors des premières démarches initiées par l'APPERAM en 1974, tous les distillateurs n'adhèrent pas d'emblée à la perspective d'une AOC. A cette époque, la structuration de la filière rhum agricole n'est pas la même que de nos jours. Les grandes familles békées sont encore majoritaires parmi les producteurs-embouteilleurs de rhum agricole. A leur côté, officient encore des distilleries industrielles ou des distilleries agricoles, qui expédient en vrac leur produit vers la France. Parmi les premiers artisans de l'AOC, se trouvent les distilleries Saint-Etienne (avec Jean Simmonet) Lajus (avec Jean Bally) et Bernus (Yves Bernus). Depuis, de multiples réorganisations se sont opérées. La distillerie Saint-Etienne a fermé depuis de nombreuses années, la marque ayant été rachetée par la distillerie Simon (à la distillerie La Favorite, qui en avait entre temps fait l'acquisition). D'autres regroupements sont entrepris en 1996, suite au nouveau régime de contingent, qui impose un rééquilibrage et une mise en conformité avec la législation européenne. C'est ainsi que Saint-James rachète la marque Bally. Quant à la dernière entreprise, la distillerie Bernus, elle fait désormais partie des unités « non-fumantes ». Son rhum est élaboré par la distillerie Dillon par sous-traitance. Au vu de cette distanciation vis-à-vis de leurs intérêts primordiaux, ces trois acteurs, faisant partie des premiers initiateurs de la démarche de qualification, sont progressivement sortis de la construction conduisant à l'AOC. Le regroupement des distilleries, par le jeu de la concentration industrielle, n'a-t-il pas facilité la mise en place de la qualification ? C'est ce que permet de voir l'analyse des évolutions de positionnement, sur les deux décennies considérées, au sein des neuf distilleries constituant aujourd'hui la filière rhum agricole martiniquaise.

Les petites unités familiales que sont Neisson et La Favorite sont d'emblée parties prenantes de la démarche. Avec les successions familiales et les luttes à mener pour se maintenir dans un univers de plus en plus concurrentiel, nombre de petites entreprises sont évincées. Dans ce contexte, l'intérêt de ces deux petites entreprises familiales pour l'exportation décroît, comparativement à d'autres. Leur rôle de leader, partagé avec les huit entreprises de départ s'est progressivement mué en un rôle plus passif dans les années quatre-vingt-dix.

La distillerie Depaz est passée par des périodes très délicates sur le plan économique, conduisant à son rachat en 1989 par Bardinnet-La Martiniquaise. Cette entreprise nationale, déjà propriétaire de la distillerie Dillon, conforte de la sorte sa place au sein des producteurs-embouteilleurs locaux ; tandis que l'entreprise Rémy-Cointreau pénètre dans la filière, en s'implantant à Sainte-Marie. Ce sont précisément ces deux grands négociants qui conçoivent initialement la qualification comme une succession de contraintes, auxquelles ils ne souhaitent pas se soumettre, au vu de leurs pratiques habituelles pour le négoce. De surcroît, ayant encore dans les années soixante-dix d'importants intérêts dans le rhum de sucrerie, la dévalorisation de ce dernier sous-entendu par la dite démarche, ne leur sied pas. Leurs réserves s'appuient alors sur un double raisonnement : considérant que la Martinique est exportatrice de rhum de sucrerie et de rhum agricole depuis toujours et qu'elle a fondé sa notoriété

rhumière sur cette dualité, la qualification du rhum agricole en AOC ne leur semble pas nécessaire ; de plus, le fait que le rhum agricole soit appelé à bénéficier seul de l'appellation « Martinique » ne leur paraissait pas non plus légitime, vu l'antériorité du RTS.

Cependant, la démarche initiée par l'APPERAM est restée, nous l'avons vu, suffisamment ouverte pour favoriser l'adhésion des négociants exportant en vrac du rhum agricole, en n'imposant pas l'embouteillage sur place. L'évolution de la consommation française donne raison aux membres de cette association et contribue au repositionnement des groupes nationaux. Leur stratégie évolue vers un plus fort ancrage au territoire, en valorisant l'origine du produit, les conduisant à devenir les leaders de la démarche de qualification. Comme pilier de cette construction, des années soixante-dix aux années quatre-vingts, se trouve la distillerie La Mauny. La pénétration de l'entreprise Bourdillon dans la filière tient au rapprochement avec Bellonie, Mulâtre basé à Rivière-Pilote et bénéficiant d'importants réseaux locaux. Avec Gustave Garnier-Laroche, Jean-Pierre Bourdillon est reconnu par l'ensemble des distillateurs comme l'homme qui a cru le plus en cette démarche, le « leader ». Il réussit à y fédérer les autres grandes entreprises nationales, sensibles aux changements du marché. Désormais détentrice des deux distilleries du Sud (Trois-Rivières, en plus de La Mauny), le groupe Bellonie-Bourdillon se positionne par conséquent comme un acteur fort de la construction.

Dans ce panel d'acteurs, l'entreprise JM Crassous de Médeuil SA se tient longtemps à l'écart. Son fonctionnement en quasi-autarcie et sa stratégie « haut de gamme » lui confèrent une place à part dans la filière. Ce positionnement s'inscrit aisément dans la philosophie de l'AOC, probablement plus que d'autres, pourtant plus actifs dans la démarche ; une démarche à laquelle la distillerie JM adhère finalement. Ce faisant, elle regrette toutefois que la dimension qualitative, plus facile à concilier dans sa situation que dans celles de plus grandes unités, soit en partie galvaudée au profit d'intérêts économiques plus directs.

Enfin, le groupe Hayot initialement peu partant pour la qualification, comme d'autres grandes distilleries, la perçoit dès le départ comme synonyme de contraintes. Puis, il adhère lui aussi à la démarche, compte tenu de l'évolution du contexte et des enjeux économiques de cette construction. Son rôle dans la construction se manifeste par une réserve, voire une certaine opposition vis-à-vis de la normalisation imposée. Arguant que le cahier des charges proposé est susceptible de nuire au caractère aléatoire de l'alchimie des rhums, il craint que l'AOC ne pousse à leur homogénéisation². Son positionnement est resté confiné à celui dit du « passager clandestin », analysé par GIRAUD-HERAUD (1999) : « *ce sont des comportements individuels "naturels" qui consistent à tenter de bénéficier des avantages des investissements collectifs en supportant le moins possible les coûts. De tels comportements consistent à privilégier, une fois la réputation établie, des choix quantitatifs au détriments des choix qualitatifs* ». Cette dernière attitude, encore observable au sein de l'AOC « Martinique », ne risque-t-elle pas de nuire à la crédibilité de cette construction collective ?

En conclusion, tous les responsables de distilleries agricoles à la Martinique adhèrent au final à la démarche, avec toutefois des rôles différents. L'origine du capital social des entreprises rhumières est

² Nous verrons plus loin que la suite ne lui donne pas complètement tort.

facteur d'ancrage au territoire de la stratégie de différenciation initialement mise en place. L'efficience du premier groupement corporatiste de distillateurs, l'APPERAM, repose sur des réseaux familiaux bien établis, au sein de la communauté békée, comme évoqué au chapitre VII. Guy CABORT-MASSON (1999 ; p. 45) souligne que : « *Malgré l'âpreté des conflits d'intérêts qui peuvent diviser les membres de la classe possédante, ceux-ci ont conscience de leur étroite interdépendance. Aussi forment-ils un front commun chaque fois que leurs intérêts collectifs sont menacés de l'extérieur [...]* ». Spécifique à la Martinique, cette trame constitue le terreau favorable à la germination de la démarche de qualification ; ce qui est plus difficile à envisager pour la Guadeloupe. Puis, ces critères relatifs à l'origine du capital ou aux liens familiaux se diluent en partie, face à la pénétration des groupes nationaux dans la filière martiniquaise. L'ancrage au territoire de la construction sociale de l'AOC se maintient toutefois, et se voit même renforcée, par l'édification de réseaux non-marchands entre communautés française et békée.

1.2. Le scepticisme des moyens et grands planteurs non-distillateurs

Cependant, une telle construction se révèle limitée, en nombre et en type d'acteurs. Le dynamisme du noyau de distillateurs, étendu aujourd'hui aux entreprises nationales, qui conduit à la qualification, peut-il suffire à assurer la pérennité de cette dernière ? Plus généralement, la faible implication du tissu social de planteurs, en dehors des exploitations intégrées aux distilleries, ne représente-t-elle pas une faiblesse pour asseoir la durabilité de cette appellation et, indirectement de la production cannière martiniquaise ? Il importe dès lors de chercher à comprendre les raisons de la faible participation constatée des planteurs à la construction de l'AOC.

Les planteurs, et particulièrement les grands et moyens planteurs-non distillateurs considèrent d'emblée que la qualification est susceptible de se traduire par des contraintes supplémentaires : (i) au niveau de la normalisation des conditions de production et de récolte (compte tenu des réticences manifestées par les Commissions d'enquête, dès leurs premières visites, sur les cultures de plaine, la mécanisation de la récolte et le brûlage) ; (ii) au niveau du classement des terres en AOC. Peu au fait des implications juridiques d'un tel classement, nombre de propriétaires fonciers le perçoivent avant tout comme une atteinte au libre usage de leurs terres. Cette menace est d'autant plus mal vécue, que le rationalisme économique pousse tout un chacun à profiter des opportunités offertes par la spéculation foncière croissante à la Martinique. Il est d'autant plus difficile aux planteurs d'admettre l'éventualité de ce double niveau de contraintes, que la qualification ne garantit aucune hausse du prix d'achat de la canne. Dès le départ, la plus-value engendrée par l'AOC se présente comme destinée à n'être répercutée que sur le produit fini. Le prix de la tonne de canne livrée en distillerie étant usuellement aligné sur celui du prix ayant cours à l'usine du Galion, une hausse tarifaire significative apparaît comme peu probable. Seule la mise en place du « paiement à la qualité » apporte un changement, mais reste peu incitative, comme déjà noté. Au-delà du faible intérêt qu'ils peuvent trouver à l'appellation, ces planteurs sont probablement lassés par la durée de sa mise en place.

En conclusion, les planteurs-non distillateurs se sont peu (ou pas) investis dans la construction de l'AOC, considérant qu'il s'agit d'une « affaire d'industriels » ; tandis que les intérêts économiques des

distillateurs les poussent à s'impliquer davantage. Face à cette situation, « *la Commission d'enquête a réitéré son inquiétude face à la structure actuelle du Syndicat qui s'avère plus catégoriel qu'interprofessionnel* » (INAO, 1995). Or, les distillateurs sont pour la plupart également planteurs. L'approvisionnement en canne de sept distilleries sur neuf est assuré, en partie ou en totalité, par une exploitation intégrée³. De plus, les exploitations de distilleries totalisent la plus grande part du tonnage de canne broyé au sein de la filière rhum agricole. De fait, les distillateurs ont pu se prévaloir d'une représentativité professionnelle entière ; représentation renforcée par le jeu des rôles multiples de certains acteurs dans la filière. C'est ce qui permet de se satisfaire de la création du Syndicat de défense de l'appellation d'origine Rhum agricole Martinique, « *indépendant du CODERUM et regroupant à parité producteurs de canne et distillateurs* » (RONCIN, 1999). Les deux organismes sont pourtant situés dans les mêmes locaux et constitués, à peu de chose près, des mêmes acteurs⁴, représentant le noyau décisionnel pour la filière rhum agricole.

1.3. L'absence des petits planteurs : relations privilégiées et individualisme

Si les grands planteurs « indépendants » ou certains moyens planteurs sont conviés à la table des négociations, du fait de leurs poids dans la filière, quelle est la participation des petits planteurs (surface en canne < 5 ha) ? Comment s'explique-t-elle ? Pour le comprendre, il importe de remonter aux démarches faites à leur endroit par le SDAORAM depuis 1995, mais aussi de revenir sur le relationnel qui lie petits planteurs et distillateurs, précédemment analysé (cf. chap. VII).

Entre 1995 et 1996, le SDAORAM tente de rallier des petits producteurs ou, tout au moins, de les tenir informés de la mise en place de l'AOC Martinique. Des invitations écrites à diverses réunions sont émises, avec des résultats peu probants. La forme prise alors par ces tentatives est-elle adaptée au public concerné ? Le caractère en apparence formel et élitiste de ces réunions n'a-t-il pas découragé des planteurs déjà peu enclins à se déplacer pour des manifestations susceptibles de les concerner plus directement⁵ ? Il s'agit d'une population de planteurs dont la moyenne d'âge est assez élevée et qui pâtit souvent d'un manque d'encadrement et de liaison avec le reste de la filière. Une sensibilisation de proximité aurait peut-être favorisé une plus grande participation de leur part, dès les premières initiatives du SDAORAM. Celle-ci aurait cependant nécessité un investissement conséquent sur le terrain, pour un résultat aléatoire.

Alors que l'AOC est acquise depuis déjà six ans, les enquêtes menées auprès de cette population d'acteurs révèlent que nombre d'entre eux sont toujours peu au fait de cette appellation. Certains appréhendent vaguement sa signification, à travers ce qu'ils ont pu en capter sur les médias, surtout à l'époque de l'engagement marqué de Jean-Pierre BOURDILLON, au début des années quatre-vingt-dix. Toutefois, la majorité d'entre eux (plus de 80% des petits planteurs interrogés) s'avoue jusqu'ici peu intéressée, car se sentant peu (voire pas) concernée. Cette distanciation peut être rapprochée de celle

³ Même entreprise familiale ou sociétés gérées séparément au sein d'un même groupe économique ou de groupes apparentés, par les jeux de capitaux. Le cas des Exploitations Lareinty et Lapalun est à cet égard particulier.

⁴ L'absence de la SAEM du Galion au sein du SDAORAM est, bien sûr, la différence la plus marquante.

⁵ Comme l'illustrent les difficultés à réunir des planteurs pour toutes informations sur les aides à la filière ou pour une éventuelle mobilisation visant à l'augmentation du prix de la tonne de canne par exemple.

observée dans certaines formes de « *développement local institutionnel* », dont parle Jean-Pierre PROD'HOMME (2001 ; p. 42), qui peinent à franchir la limite de certains types d'acteurs ; ceux qui sont en marge du pouvoir politico-économique local étant parfois volontairement tenus à l'écart : « *Il convient de parler des couches sociales les moins aisées, les plus fragiles économiquement, dont la préoccupation permanente est d'abord leur vie au quotidien [...]* ». Les petits planteurs de canne à la Martinique sont sans illusion et s'interrogent : « *Qu'est-ce que l'AOC change pour nous ?* ».

Outre le faible intérêt que manifestent les petits planteurs pour l'AOC, les relations les liant aux distillateurs peuvent aussi expliquer leur absence dans la construction de l'AOC rhumière. Des relations privilégiées de proximité se sont tissées au fil des ans, voire au fil des générations, visant à fidéliser les fournisseurs de chaque distillerie, comme analysé au chapitre VII. Pour les six distilleries dont l'approvisionnement repose (en partie ou en totalité) sur des fournisseurs extérieurs, le lien social existant entre ces derniers et le distillateur est généralement très fort. Cette organisation a probablement contribué à l'exclusion de la population de petits producteurs de la construction de l'AOC. A la faible motivation économique, s'ajoute le fait que nombre d'entre eux évoluent toujours sous la tutelle de grandes exploitations (intégrées ou pas à une distillerie), de façon formelle ou non. Au final, leur participation n'a probablement pas été jugée nécessaire, du fait de leur représentation indirecte par les distillateurs qui les « chapeautent ». Ils ont pu se considérer (ou être considérés) comme représentés par les distillateurs, au sein de la démarche de qualification.

Puis, il est légitime de s'interroger sur l'influence qu'aurait pu avoir une plus grande participation de ces petits planteurs sur la construction de l'appellation. Leur poids effectif dans la filière rhum agricole ne cesse de s'amoindrir : 180 fournisseurs en distilleries en 2001, contre 884 en 1991. La mobilisation interprofessionnelle à l'origine de la mise en place de l'AOC est plutôt « catégorielle » comme le souligne l'INAO (1995), avec une main mise des distillateurs. La présence des petits producteurs ne risquait-elle pas de ralentir la démarche entreprise, dans une période où la profession rhumière cherchait surtout à gagner du temps ? Six ans après l'obtention de l'appellation, la remise en cause est de mise. Afin d'asseoir cette construction sur une plus large base d'acteurs, le SDAORAM cherche désormais à impliquer davantage quelques petits et moyens planteurs (surface en canne entre 5 et 100 ha) dans les discussions relatives à l'évolution de l'AOC ; tandis que de nouvelles initiatives sont prises pour informer les planteurs. Les réunions tenues en 2002 dans le Sud entre planteurs et distillateurs, avec le Syndicat de défense, en témoignent ; de même que les émissions radio assurées par l'OPAM, avec le Syndicat et le CTCS.

La tendance croissante à l'auto-approvisionnement des distilleries bouleverse les relations sociales au sein de la filière rhum agricole. La relation privilégiée entre le petit planteur et la distillerie à laquelle il livre tend à se dissiper au profit d'un rôle prépondérant des prestataires de services – évoqué au chapitre VII et IX. Ceux-ci interviennent de plus en plus comme intermédiaires entre petits fournisseurs et distillateurs. Ces prestataires de services jouent par conséquent un rôle social de proximité qui devient décisif, tandis que leur fonction se diversifie. Toutefois leur participation effective à la définition du cahier des charges de l'AOC et à certains enjeux forts relatifs à la gestion de l'appellation s'avère plus délicate. Leur participation reste surtout symbolique : gage donné au

niveau de l'INAO ou des instances publiques de la « solidarité » de la filière (mais la prise de décision reste encore la « chasse gardée » d'un petit sous-club).

Chaque planteur gère généralement son propre relationnel avec son (ou ses) distillateur(s) attiré(s), par l'intermédiaire croissant des prestataires. En dehors de cette organisation qui les lie à « leur » distillerie, les petits planteurs de la filière rhum agricole s'avèrent très peu organisés entre eux. Cette organisation par bassin d'approvisionnement n'a guère favorisé le rapprochement de l'ensemble de ces producteurs, tandis que le délitement du tissu social, avec la chute drastique du nombre de planteurs de la filière rhumière, a probablement contribué à y développer l'individualisme : « *le milieu de la canne est très individualiste* », confient ainsi certains acteurs. Les diverses associations de la filière rhum agricole, autrefois actives par zones (Sud, Centre, etc.) se sont de la sorte progressivement dissoutes. Le seul mouvement associatif touchant encore les planteurs de cette filière est l'association Canne-Union. Toutefois, avec une représentation jusqu'ici surtout catégorielle des grandes exploitations cannières, cette association n'a pu prendre en compte les intérêts spécifiques des petits planteurs de distilleries. Elle reflète le désintérêt mutuel de chaque catégorie de producteurs à se fédérer. La récente réorganisation de Canne-Union, effectuée à l'aube de la campagne 2001, contribuera peut-être à faire évoluer cette situation.

1.4. Vers un élargissement de la construction sociale de l'AOC ?

La construction de l'AOC rhumière a donc pu se faire à la Martinique grâce à une construction sociale spécifique et à la détermination des distillateurs. La proximité géographique, les relations étroites entre acteurs privés et la confiance réciproque, confirmée par une longue tradition d'échanges et de contrats informels, sont autant d'éléments de régulation sociale au sein de la filière rhum agricole. Les entreprises qui ont collaboré de façon positive « partagent » les avantages de cette coopération : habitudes de projets en commun, effets synergiques de l'introduction d'innovations cohérentes et presque simultanées entre les entreprises (GAROFOLI, 1996). Il en va ainsi des investissements liés à l'installation de laboratoires, à l'amélioration de l'accueil sur site, à la modernisation de l'outil industriel, du suivi approfondi de la « chaîne de qualité » avec le CTCS et le SDAORAM, de la plantation de canne jusqu'au vieillissement du rhum ; de la rigueur des analyses sensorielles, etc. ; autant d'améliorations ayant contribué à l'accession à l'AOC. « *C'est donc bien parce que la profession rhumière en Martinique participe activement à la définition, au contrôle et à l'amélioration constante de sa production dans le respect des usages locaux traditionnels que l'AOC est reconnue [...]* » (RONCIN, 1996b). Toutefois, cette construction repose surtout sur un groupe restreint de « planteurs-distillateurs »⁶. Mettre en avant l'intégration de la production agricole et de la transformation leur a permis de se targuer d'une participation des planteurs à la construction initiale. Or, cette « AOC de distillateurs » ne va pas sans poser certaines limites. Le poids moindre des petites distilleries familiales et la faible participation des planteurs-distillateurs a probablement nui à une plus grande mise en valeur du lien au « terroir agronomique » dans la construction initiale. La faible prise en compte des facteurs pédoclimatiques a conduit à une « approche très territoriale du terroir », au sens large, avec une prépondérance des facteurs humains et, qui plus est, des usages technologiques.

⁶ cf. composition du Syndicat de défense de l'appellation d'origine « Rhum agricole Martinique », en annexe 1.11.

Par ailleurs, la quasi exclusion des planteurs (autres que les distillateurs eux-mêmes) ne pose-t-elle pas un problème de perte d'une partie de la diversité des approvisionnements en canne pour les distilleries agricoles, du fait de la réduction des sources de livraison ?

Face à ces limites, une prise de conscience nouvelle se fait jour au sein des principaux artisans de l'AOC Martinique. L'année 2000 voit l'intégration de planteurs-prestataires au sein des institutions, comme le SDAORAM, le Conseil d'administration du CTCS ou l'association Canne-Union. Même si cette intégration reste jusqu'ici très symbolique pour le Syndicat de défense, elle peut ouvrir la voie à une nouvelle organisation au sein de la filière, dépassant l'organisation traditionnelle de « sous-club ». Cette nouvelle structuration peut contribuer à une plus grande prise en compte des facteurs liés à la matière première et au terroir agronomique. Elle s'inscrit dans les réflexions actuelles sur le développement local, en tenant compte du fait que : « [...] il y a toute personne vivant sur un territoire, qui en est aussi un acteur singulier et indispensable, qui possède un droit inaliénable à l'expression et à l'action collective » (DEFFONTAINES, PROD'HOMME, 2001).

D'une « AOC de distillateurs », il semble donc que l'on tende à s'acheminer progressivement vers une « AOC de filière ». En retraçant l'implication des différents acteurs dans la construction de l'AOC Martinique, les signes perceptibles de cette évolution apparaissent. Cette dernière peut être mise en rapport avec la prise de conscience du groupe dominant que leur intérêt passe par une convergence avec, d'une part, la crédibilité des AOC, mise en avant par l'INAO et, d'autre part, les intérêts collectifs à l'échelle du territoire. Une voie de convergence s'ouvre avec la préservation de la plus grande diversité naturelle possible quant à l'origine des approvisionnements. Cette voie implique aussi le maintien d'une diversité de types de producteurs, en cherchant à sauvegarder l'apport des zones de mornes. Il s'agit indirectement de préserver une petite agriculture, plus « peuplante » que les grandes exploitations, avec souvent des modes de conduite plus respectueux des écosystèmes, d'où la convergence avec des objectifs de développement rural.

Cependant, pour parvenir à cet objectif de ralliement d'un plus grand nombre d'acteur, se pose la question fondamentale de la répartition des richesses, afin que les uns ne continuent plus à s'interroger sur les intérêts que pourraient présenter l'AOC pour eux. Le prix d'achat de la tonne de canne en distillerie est aligné, nous l'avons vu, sur celui fixé pour les livraisons à l'usine du Galion, avec une plus ou moins forte majoration suivant les distilleries et leurs besoins. Or, depuis 1993, ce prix n'a quasiment pas évolué, malgré la mise en place de l'AOC (CTCS, 2000). Une telle politique tarifaire vis-à-vis des fournisseurs de la matière première AOC s'avère peu incitative et ne favorise pas une qualité optimale de l'approvisionnement. On peut alors s'interroger sur les raisons d'une plus grande implication de la petite paysannerie dans la démarche qualité liée à l'AOC ? Si le prix de la tonne de canne livrée en distillerie n'a pour ainsi dire pas augmenté, certains soulignent qu'il convient de se réjouir qu'il n'ait pas non plus baissé. Dans le panorama offert par le secteur agricole à la Martinique, avec d'incessantes fluctuations du prix du kilogramme de bananes, il s'agit en effet là d'un aspect à ne pas négliger. C'est d'ailleurs ce « prix garanti » qui constitue pour nombre de petits planteurs, l'un des principaux intérêts de la culture de la canne, comme souligné au chapitre VII. Quoiqu'il en soit, il est difficile d'entrevoir une augmentation conséquente du prix de la tonne de canne livrée en distillerie, sans concevoir un ajustement adéquat pour les cannes livrées à l'usine du Galion. Or, une telle

perspective est pour l'instant impensable. De fait, une révision unilatérale du prix de la canne en distillerie, risque d'engendrer une filière canne « à deux vitesses » et peut être fatale à l'équilibre des deux sous-filières, sucre et rhum agricole. Pourtant, n'est-il pas décisif pour la durabilité de la filière rhum agricole que les bénéfices de l'AOC soient répercutés sur les producteurs canniers, et notamment ceux qui sont indépendants de la transformation rhumière ? Les perspectives visant à effectuer un différentiel de prix entre producteurs, suivant la quantité de canne livrée, pourrait trouver là une justification supplémentaire.

Partant de la mise en valeur de l'ancrage au terroir du rhum Martinique, concernant la production de la matière première⁷, cette voie de convergence entre intérêts individuels et collectifs conduit à renforcer l'ancrage au territoire du secteur productif. Cependant, qu'en est-il de cet ancrage pour le secteur de la transformation, à travers les stratégies des entreprises et l'image du produit fini ?

2. PRODUIT STANDARD OU SPECIFIQUE, MARCHE DEDIE OU GENERIQUE ?

Parallèlement à l'existence de réseaux non-marchands fortement ancrés dans la société martiniquaise, la logique territoriale des entreprises rhumières peut s'apprécier par rapport aux orientations en termes de produits et de marché. Partant de l'analyse entre producteurs et usagers, ALLAIRE et SYLVANDER (1997) définissent quatre modes de production en croisant deux critères : la production (technologie), spécifique ou standard, et le marché, générique ou dédié⁸. La qualification d'un produit spécifique tend normalement à le positionner sur un marché dédié. Cerner ces deux critères pour l'AOC rhumière Martinique conduit à analyser la diversité de l'appareil de production et les stratégies commerciales sur chacun des marchés (intérieur et d'exportation).

2.1. Concentration industrielle et maîtrise technique : homogénéisation du produit ?

A la Martinique, l'avantage fiscal constitué par la réduction des droits payés sur l'alcool, accordé aux distilleries pour un contingent donné, a conduit chaque distillerie à vivre sur son propre contingent. Depuis 1922, la principale rivalité entre ces entreprises repose sur les possibilités de rachat des contingents de production, lors de la mise en vente ou de la cessation d'activité d'une unité. De cette époque à nos jours, une trentaine de distilleries a cessé de « fumer », mais certaines marques perdurent, rachetées par d'autres unités industrielles. Certaines de ces marques sont indépendantes et appartiennent à des entreprises qui achètent du rhum aux distilleries fumantes. D'autres sont des sous-marques, sous lesquelles sont commercialisés, par les plus grandes distilleries, des rhums à peu de chose près (voire totalement) identiques aux marques leaders.

⁷ Parallèlement à l'ancrage de la production de matière première au territoire, la logique territoriale s'apprécie également en termes d'incitation à la qualité, selon un principe de paiement différencié.

⁸ Marché « réservé » à un client ou à un segment de marché particulier, entretenant des relations de quasi partenariat avec des clients connaisseurs du produit.

2.1.1. Un paysage industriel menacé dans sa diversité

La concentration industrielle va *crescendo* depuis une dizaine d'années, suite au regroupement et à la délocalisation stratégique de certaines unités de transformation au sein de groupes financiers. Certains acteurs de la filière pensent qu'une restructuration de l'industrie rhumière pourrait s'opérer autour de six grandes distilleries, dans la décennie à venir. Le paysage rhumier martiniquais semble menacé dans sa diversité. Parmi les distilleries qui ont le mieux résisté au fil des années et qui ont développé la notoriété de leur rhum, se retrouvent celles qui ont su maîtriser au mieux leur approvisionnement en canne (en abaissant les coûts de production) ou maîtriser les technologies de fabrication (en réduisant les pertes fermentaires). Cependant, il s'agit précisément là de techniques qui contribuent à distendre les liens entre le produit final et son terroir naturel. En plus de la concentration industrielle et de la maîtrise technique et technologique qui l'accompagne, l'important travail de suivi et de contrôle réalisé au sein des distilleries a permis d'améliorer la qualité globale des rhums, comme le constate le Syndicat de défense ; des efforts qui s'inscrivent dans la continuité de la démarche qualité initiée de longue date au sein de la filière.

En revanche, ces évolutions conjointes ont eu tendance à homogénéiser la gamme du rhum AOC et à lui faire perdre une part de sa diversité. En 1995, la Commission d'enquête se félicite des progrès réalisés par les distilleries sur le contrôle de la qualité, la maîtrise des fermentations et l'hygiène des cuves. Cependant, elle met en garde les professionnels quant à un risque d'évolution des produits rhumiers vers un seuil gustatif trop proche : « *la Commission note cependant que cette maîtrise observée au sein des distilleries ne doit pas aboutir, à l'excès inverse, à un lissage des typicités⁹ des rhums par une trop grande intervention sur les hétérogénéités des jus en les standardisant* » (INAO, 1995). Cette crainte « d'homogénéisation » a toujours été d'actualité dans les discours de l'Institut, qu'il s'agisse de la production ou de la transformation de la canne. Son objectif semble de promouvoir la diversité au sein de la même typicité martiniquaise. Ceci ramène à la réflexion quant aux choix à opérer pour l'orientation de l'AOC Martinique entre diversité (« qualité-spécificité ») et homogénéité (« qualité-régularité »)¹⁰. Ces aspects relatifs à l'importance du maintien de la diversité se retrouvent lorsque l'on aborde la dimension sociale de la construction de l'AOC. Dans cette perspective, le maintien de petites marques de rhum agricole et des petites distilleries familiales prend toute son importance pour l'ensemble de la filière rhum agricole.

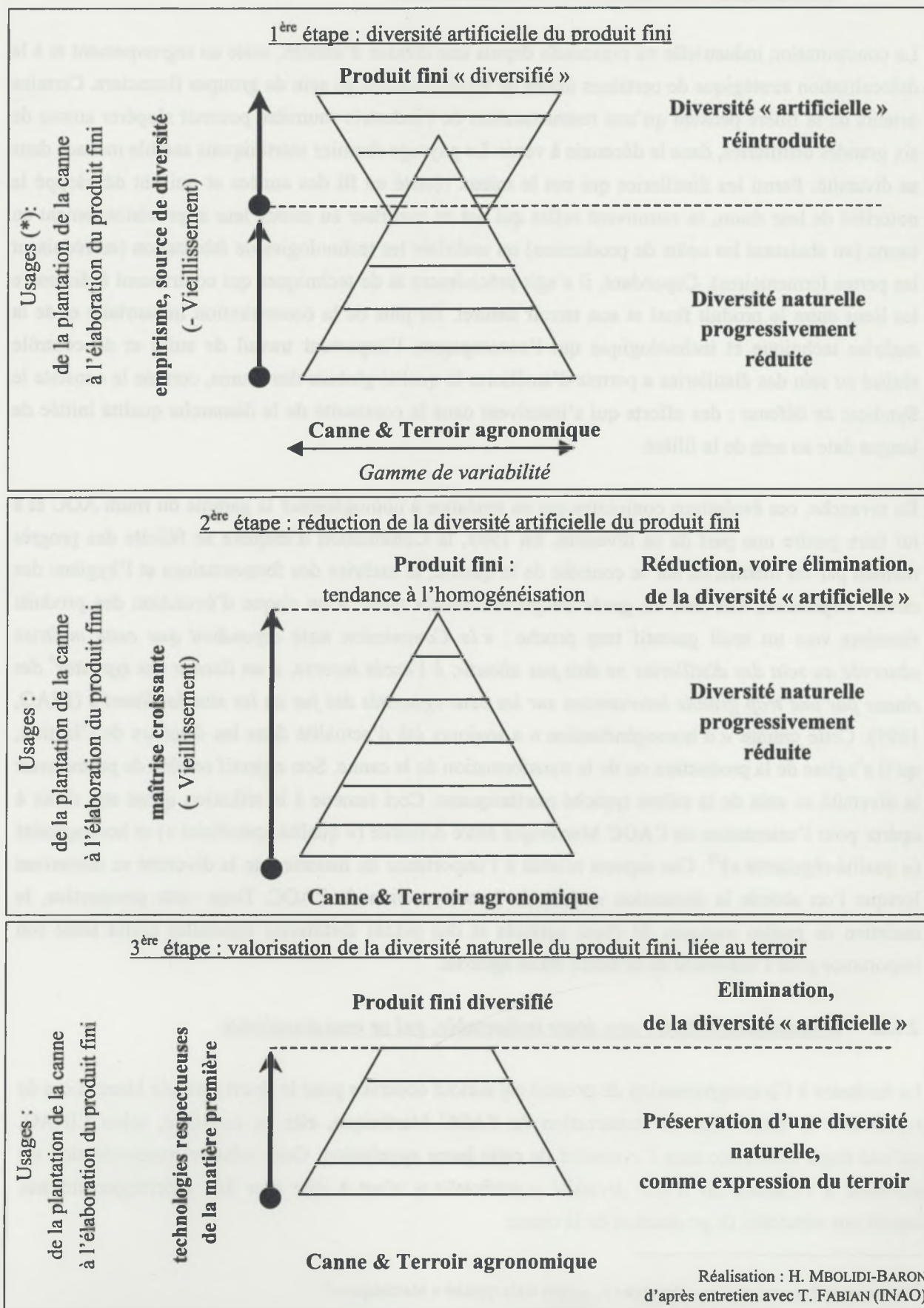
2.1.2. L'homogénéisation : une étape inéluctable, qui se veut transitoire

La tendance à l'homogénéisation du produit est surtout observée pour le rhum agricole blanc. Loin de représenter le stade final de construction de l'AOC Martinique, elle ne constitue, selon l'INAO, qu'une étape transitoire dans l'évolution de cette jeune appellation. Cette relative standardisation est attribuée à l'élimination d'une diversité « artificielle », c'est à dire non liée spécifiquement aux conditions naturelles de production de la canne.

⁹ Ne vaudrait-il pas mieux dire « des styles », au sein de la typicité « Martinique » ?

¹⁰ Le rhum agricole Martinique aspire-t-il à évoluer dans la sphère des petits alcools (type Armagnac), en valorisant l'AOC à travers la diversité, ou à se mettre en concurrence avec les grands alcools (type Cognac), en se positionnant sur une démarche d'homogénéisation ?

Figure 33 : De la réduction de la diversité artificielle à la valorisation de la diversité naturelle



(*) Plantation, culture, entretien ; récolte, livraison, broyage ; préparation du moût, fermentation, distillation

Lors de la mise en place de l'AOC, malgré l'uniformisation des spécificités de la matière première imposée par des technologies agressives, une grande diversité organoleptique du produit fini est relevée. C'est en fait surtout au niveau des différents montages observés sur la colonne que chaque distillerie peut, à cette époque, justifier de particularités qualitatives par rapport à ses concurrents (RONCIN, 1999). Ces « techniques » ou savoir-faire s'inscrivent en fait, comme l'ajout massif de levures exogènes, dans un ensemble de technologies correctrices des défauts. Qu'il s'agisse d'abaisser les coûts de production ou de cultiver un « style » donné pour l'entreprise, ces savoir-faire individuels ne prennent pas en considération la qualité de la matière première. Cette évolution s'est traduite au sein de la profession par une amélioration de la qualité générale des rhums agricoles, liée surtout à une élimination progressive des « rhums à défaut » sanctionnés par l'analyse sensorielle. Elle est attribuée à un meilleur suivi de l'organisation des livraisons de canne et du contrôle du process industriel. Il en résulte depuis 1996 une maîtrise plus rationnelle des technologies d'élaboration du produit par les distillateurs. Parallèlement, il convient de favoriser l'expression de la variabilité liée au milieu naturel. Ceci vise à renforcer la diversité naturelle des styles de rhums, au sein de la typicité « Martinique », en valorisant réellement l'ancrage au terroir. Telles sont les réflexions en cours au niveau de la filière.

Par rapport à la figure 31, présentée en début de chapitre XI et schématisant le système terroir / canne / vin / rhum, la figure 33 ci-contre illustre les réflexions relatives à la réduction de la diversité artificielle au profit de la diversité naturelle.

2.2. Produit de luxe et rhum générique : une cohabitation dangereuse

Après avoir analysé ce qui se passe au niveau des premiers segments de la filière canne, à savoir la production et la transformation (le « bout de filière » concentré sur le territoire martiniquais), il s'agit de s'intéresser aux segments en aval : la commercialisation, la distribution, la consommation. Les paragraphes suivants visent ainsi à s'interroger sur le positionnement du rhum à la Martinique et à l'exportation. Ceci nous conduit à appréhender le poids des différentes stratégies d'entreprises (sectorielles ou territoriales), en analysant tant les politiques de formation des prix, que de distribution.

2.2.1. Sur le marché martiniquais : une « guerre » commerciale

La « guerre des prix » qui s'opère sur le marché martiniquais dépend des stratégies commerciales des différentes distilleries de l'île. Les paramètres susceptibles d'influer sur ces stratégies, en relation avec la diversité d'intérêts économiques qui anime ces entreprises rhumières, relèvent : d'une part, de la structuration de la filière rhum agricole entre groupes nationaux, locaux et entreprises familiales ; d'autre part, des contingents à l'exportation distribués aux distilleries « fumantes » et qui influencent les politiques de ventes sur le marché intérieur. Selon le directeur commercial d'une grande distillerie « *l'exportation ne fait pas gagner d'argent. Ce sont les revenus issus de la production locale qui permettent d'exporter* ». Comment cela se traduit-il en matière de stratégies commerciales ?

Tableau 95 : Panorama synthétique des distilleries agricoles martiniquaises en 1999-2000

– Marques, production et commercialisation, propriétaires –

(Classement par ordre décroissant de litres de rhum à 55° produit)

Distilleries « fumantes »	Marques de rhums (*)	Production	Propriétaires
1. SIMON	☛ CLEMENT, SAINT-ETIENNE, BOUCANNIER, COURVILLE Clément est distribué par Rothschild France Distribution (40 000 litres) et Saint-Etienne est distribué par la Guildive (120 000 litres) Produit aussi 200 000 litres de rhum MDD.	3 millions de litres	Groupe Yves et Bernard Hayot.
2. SAINT-JAMES	☛ SAINT-JAMES, BALLY, MANIBA Saint-James (2,7% des sorties GMS en France) est distribué par Moët-Hennessy- UVD France et Bally (dont 45% écoulés en France). 300 000 litres sont vendus en vrac pour les MDD.	2,8 millions de litres.	Groupe Rémy-Cointreau.
3. LA MAUNY	☛ LA MAUNY (8,4% des sorties GMS en France) distribuée par Marie Brizard.	2 millions de litres, dont 38% écoulés en France.	Groupe Bellonie- Bourdillon Successeur (BBS)
4. DILLON	☛ DILLON (23,7% des sorties GMS en France), OLD NICK Elaboration des rhums MDD pour Carrefour.	1,5 millions de litres, dont 50% écoulés en France	Groupe Bardinet- La Martiniquaise
5. DEPAZ	☛ DEPAZ Distribué par Slaur en France	1,4 millions de litres dont 25% écoulés en France	Groupe Bardinet- La Martiniquaise
6. TROIS- RIVIERES	☛ TROIS-RIVIERES (2,7% des sorties GMS en France), distribué par Triodis ; ☛ DUQUESNE, distribué par Marie Brizard.	1 million de litres, dont 28% écoulés en France.	Groupe Bellonie- Bourdillon Successeurs (BBS)
7. FAVORITE	☛ FAVORITE Vente aux grossistes et à Bardinet (OLD NICK)	650 000 litres dont 62% écoulés en France	Famille Dormoy
8. NEISSON	☛ NEISSON	400 000 litres dont 10% écoulés en France	Famille Neisson
9. CRASSOUS	☛ JM CRASSOUS DE MEDEUIL	280 000 litres, dont 3% écoulés en France	Héritiers Hubert Duchamp de Chastagné.

D'après : Enquêtes CTCS 1999-2002 ; Panel distributeurs, fév. 1999.

(*)MDD : Marques de distributeurs ; GMS : Grandes et moyennes surfaces.

a) *Quatre types de stratégies*

En fonction des paramètres identifiés ci-dessus, le marché martiniquais peut être séparé en quatre segments, correspondant à quatre types de stratégies commerciales, orchestrées par les dix-huit marques de rhums agricoles et la marque de rhum de sucrerie qui se partagent le marché¹¹. Ces segments sont présentés, en partant de ceux caractérisés par de fortes stratégies sectorielles et en allant vers une tendance croissante à l'adoption de stratégies plus territoriales : des segments de marché génériques aux segments spécialisés. Comme toute classification, celle-ci présente un aspect caricatural et n'exclut pas les recoupements entre segments. Toutefois, l'identification de ces segments permet de cerner la réalité économique sur le marché rhumier martiniquais.

Le premier segment identifié est occupé par quatre marques, que l'on peut qualifier de « marques de bataille », dont trois appartiennent aux grands groupes économiques. Il s'agit d'un segment de marché littéralement « cassé ». Tous les distillateurs semblent conscients du problème lié à de telles stratégies. Toutefois, il s'avère délicat, pour les uns ou les autres, de risquer de perdre un tel segment de marché, qui se révèle en pleine expansion : il représente aujourd'hui 15% des ventes que se partagent les grands groupes. Ces derniers détiennent environ 85% des parts de marché à l'échelon martiniquais. Le prix des bouteilles sur ce segment oscille en 2000 entre 3,8 et 4,1 €/l (25 et 27 F/l) de 50°. Il est légitime de s'interroger sur la justification de telles différences de prix, comparativement à ceux des marques « leaders », alors que les produits finis sont issus de la même unité de transformation. Si la colonne à distiller paraît pour certains distillateurs « *faire le terroir* », ne tend-elle pas aussi à « faire les prix » ? Les quatre marques concernées sont :

- Duquesne, du Groupe BBS, avec 7% du marché ;
- Maniba, du Groupe Rémy-Cointreau, avec 5% du marché ;
- Boucanier, du Groupe Hayot, avec 2,5 % du marché ;
- Survi, marque de l'entreprise familiale « fumante » Dormoy, avec 0,5% du marché.

Le second segment identifié est celui occupé par quatre marques « familiales », l'une étant rattachée à une distillerie fumante, les autres étant la propriété d'unités non-fumantes. Ces marques ne sont pas exportées. Elles tentent de se maintenir sur un marché intérieur dominé par les grands groupes. Elles représentent à peine 6,5% des ventes de rhum. Leur part de marché tend d'ailleurs à diminuer d'année en année. Les trois entreprises non fumantes qui se positionnent dans ce registre achètent du rhum à des distilleries fumantes, afin d'assurer la survie de leur marque. La distillerie fumante La Favorite fait en quelque sorte office d'exception sur ce segment de marché : étant en redressement judiciaire, elle cherche à adopter la stratégie adéquate pour tenter de sauver le patrimoine familial. Cette entreprise essaye tant bien que mal de positionner sa marque, La Favorite, sur le segment des marques « leader ». Mais cette tentative se heurte à la faible notoriété de la dite marque. Le prix de vente originel de ces quatre marques « familiales » oscille aux alentours de 5,34 à 6,10 €/l (35 à 40 F/l) à 50°. Néanmoins, il

¹¹ La répartition des différentes marques sur le marché insulaire global présentées dans la suite correspond aux données statistiques recueillies au cours des enquêtes en 2000. Le lecteur peut se référer à la figure 14 (chap. III), pour visualiser de nouveau l'organigramme des distilleries en relation avec la commercialisation ; organigramme à mettre en parallèle avec le tableau 95, ci-contre.

ne serait pas surprenant de les voir descendre en dessous des 4,57 €/l (30 F/l). Les quatre marques concernées par cette stratégie intermédiaire, qui relève surtout de la survie, sont :

- La Favorite, appartenant à l'entreprise « fumante » Dormoy, avec 2,5% du marché ;
- Hardy, de l'entreprise « non fumante » Hardy, avec 2% du marché ;
- Courville, de l'entreprise « non fumante » Courville, avec 1% du marché ;
- Bernus, de l'entreprise « non fumante » Bernus, avec 1% du marché.

Le troisième segment de marché identifié est celui occupé par les huit marques « leaders », promotionnées par les quatre grands groupes financiers. Il s'agit des marques pour lesquelles la concurrence commerciale est la plus prononcée. Ce segment de marché représente 70% des ventes. Le prix de vente habituel des produits qui y sont proposés se situe autour de 6,10 à 6,85 €/l (40 à 45 F/l) de 50°. Toutefois, il descend régulièrement autour de 5,34 €/l (35 F/l) de 50°, voire jusqu'à 5,03 €/l (33 F/l). C'est le cas par exemple à la période de forte promotion qui ouvre les grandes vacances, début juillet. Au sein de ce segment, il n'est pas rare d'observer l'alignement des autres marques, dès que l'une d'entre elle tente de se démarquer en offrant une promotion spéciale¹². Les marques positionnées sur cette part de marché sont les suivantes :

- La Mauny et Trois Rivières, du Groupe BBS, occupant conjointement 30,5% du marché ;
- Saint-Etienne et Clément, du Groupe Y. & B. Hayot, avec 18,5% du marché ;
- Saint-James et Bally, du Groupe Rémy-Cointreau, avec 12,5% du marché ;
- Dillon et Depaz, du Groupe Bardinet-La Martiniquaise, avec 8,5% du marché.

Le quatrième segment de marché identifié est occupé par les deux marques dites de « luxe », qui appartiennent à des distilleries familiales « fumantes ». Ces deux marques bénéficient d'une très bonne image sur le marché intérieur, en rapport avec la qualité de leur rhum et leur spécialisation en rhum blanc ou vieux, allant de pair avec une faible production. Elles représentent 8,5% du marché et sont en constante progression. Il s'agit de :

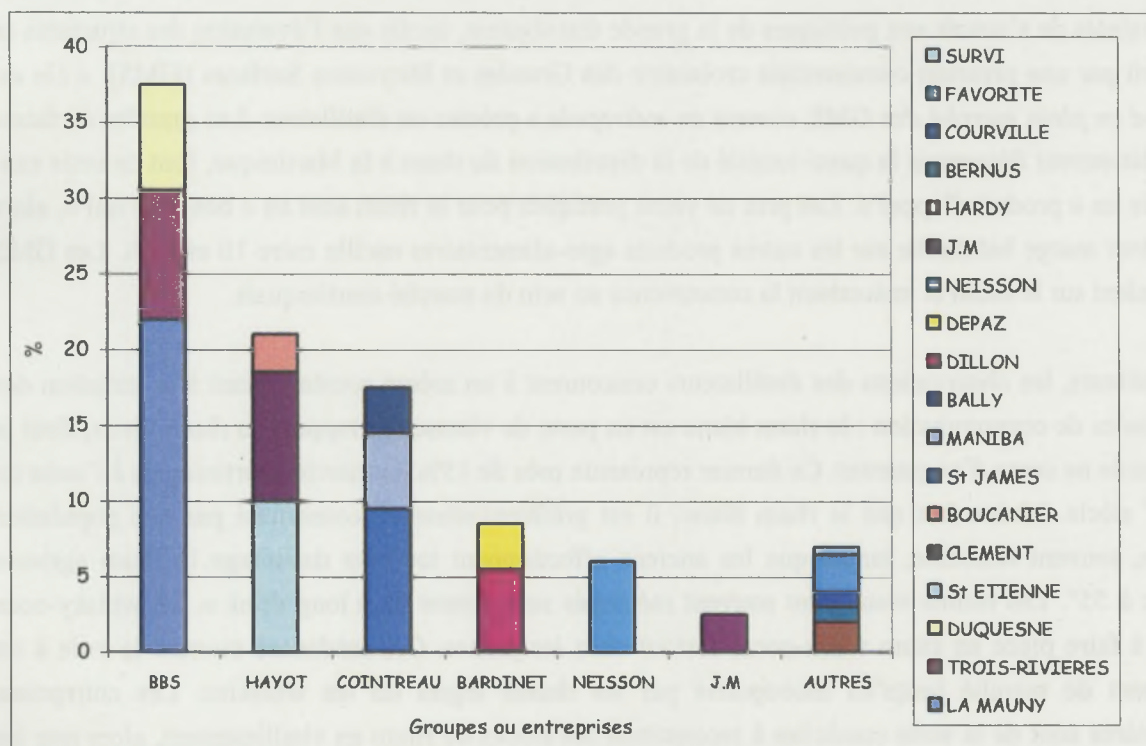
- Neisson, marque de l'entreprise Neisson, avec 6% du marché ; marque de qualité en rhum blanc par excellence avec un prix très stable ;
- JM, commercialisé par l'entreprise Crassous de Médeuil, avec 2,5 % du marché. Cette distillerie est réputée pour ses rhums vieux, qu'elle ne commercialise pas à moins de dix ans d'âge. Cette spécialisation, qui implique une réduction des volumes mis sur le marché, contribue à expliquer le faible segment de marché qu'elle occupe, en plus d'une production annuelle d'environ 280 000 litres, la plus faible de l'île. En 2000, cette entreprise a lancé sur le marché un rhum blanc à grand renfort publicitaire. Les prix de lancement sont tombés à 6,25 €/l (41 F/l).

¹² Tel est le cas de coffrets promotionnels, contenant trois bouteilles de rhum agricole blanc AOC « Martinique » à 50°, proposés à 15,24 € (100 F).

Ces deux petites entreprises se caractérisent par leur faible production annuelle. Face à l'importance de leurs charges, pour subsister, elles se sont forgé un segment de marché de qualité, à l'instar de Bally ou Depaz. Ces dernières ont par contre dû céder l'exploitation de leur marque aux grands groupes. Ces deux marques, que sont Neisson et JM, profitent de leur différence pour créer de la valeur ajoutée. Elles misent sur une certaine « rareté » du produit, dont le prix de vente oscille entre : 7,62 et 8,38 €/l (50 et 55 F/l) de 50° pour le rhum blanc Neisson ; 6,86 et 7,64 €/l (45 et 50 F/l) de 50° pour le rhum blanc J.M. Les prix varient en moyenne autour de 33,54 €/l (220 F/l) pour le rhum vieux.

La politique proche du « dumping », à laquelle se livrent les plus grands distillateurs, ne peut certes rencontrer l'approbation de ceux qui cherchent à valoriser une autre stratégie. Cependant, l'on peut présager des limites de leur influence au sein du CODERUM ou du SDAORAM, en rapport avec les faibles parts de marché occupées (cf. graphique ci-dessous). Pourtant, cette politique de bas prix ne risque-t-elle pas de paralyser tous les efforts qualitatifs entrepris depuis l'AOC, au profit des produits bas de gamme. Les rhums agricoles AOC relevant de marques dites de « bataille » sont vendus moins chers que le rhum de sucrerie du Galion, affiché à 4,42 €/l (29 F) à 50°.

Graphique 50 : Parts du marché martiniquais occupées en 1999, par les différentes marques, regroupées par groupes ou entreprises



Source : Statistiques des distilleries, relevées au cours des enquêtes en 2000

b) Une évolution de l'offre et de la demande, ainsi que de la distribution

L'homogénéisation organoleptique des rhums martiniquais tend à faire que les consommateurs sont de moins en moins attachés à un rhum spécifique¹³. Ce détachement est renforcé par la profonde mutation des structures qui accompagne la croissance du commerce à la Martinique, caractérisée par un développement marqué de la grande distribution. Une étude faite par Jean-Charles HAGNIER (1999) sur le commerce à la Martinique confirme le dynamisme de ce secteur. Ce dernier a profité de l'essor démographique, de l'amélioration des revenus et de la forte propension des ménages à consommer. Les grandes structures ont largement bénéficié de la progression des ventes alimentaires, de l'ordre de 16% entre 1993 et 1996 : elles augmentent d'un tiers leur chiffre d'affaires sur cette période, au détriment des petites surfaces¹⁴ qui régressent parallèlement de 5%. De sorte qu'en 1996, près des deux tiers des ventes alimentaires sont assurés par des grandes surfaces généralistes. De plus, ces « géants », qui appartiennent à de grands groupes, mettent à profit leurs importants volumes d'achat et de revente pour gagner en compétitivité : à l'achat, ils imposent souvent leurs prix aux producteurs ; à la revente, ils jouent sur la quantité plus que sur la marge.

Cette évolution de la distribution se répercute sur les habitudes alimentaires des consommateurs : autrefois, les populations rurales consommaient le rhum de leur commune ; aujourd'hui, les consommateurs sont surtout sensibles aux promotions. Les distilleries profitent de moins en moins de leur bassin traditionnel de consommation : leur clientèle « réservée » tend à diminuer. Elles sont contraintes de s'ouvrir aux politiques de la grande distribution, tandis que l'évolution des structures se traduit par une pression commerciale croissante des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS). « *On est arrivé en plein marché des GMS, comme en métropole* » précise un distillateur. Les grandes surfaces, qui détiennent désormais la quasi-totalité de la distribution du rhum à la Martinique, font de cette eau-de-vie un « produit d'appel ». Les prix de vente pratiqués pour le rhum sont au « bénéfice nul », alors que leur marge habituelle sur les autres produits agro-alimentaires oscille entre 10 et 15%. Les GMS spéculent sur le rhum et exacerbent la concurrence au sein du marché martiniquais.

Par ailleurs, les observations des distillateurs concourent à un même constat, quant à la mutation des habitudes de consommation : le rhum blanc est en perte de vitesse par rapport au rhum vieux, dont la demande ne cesse d'augmenter. Ce dernier représente près de 15% du marché martiniquais à l'aube du XXI^e siècle. Moins fort que le rhum blanc, il est préférentiellement consommé par une population jeune, souvent féminine, tandis que les anciens affectionnent toujours davantage le rhum agricole blanc à 55°. Les rhums vieux sont souvent mélangés sous forme de « long drink ». Le whisky-coca tend à faire place au rhum vieux-coca, surtout chez les jeunes. Ces tendances ouvrent la voie à un segment de marché jusqu'ici monopolisé par les rhums légers ou les whiskies. Les entreprises rhumières sont de la sorte conduites à reconstituer les stocks de rhum en vieillissement, alors que les ventes de rhum vieux avaient totalement chuté il y a une dizaine d'années. Cette stratégie de stockage

¹³ La mise sur le marché du nouveau rhum « monovariétal » a été un succès considérable probablement grâce aux différences véhiculées en matière de goût et d'image, comparées aux rhums blancs traditionnellement proposés.

¹⁴ Petites surfaces : alimentations générales (moins de 120 m²) et supérettes (entre 120 et 400 m²).
Grandes surfaces : supermarchés (entre 400 et 2 000 m²) et hypermarchés (plus de 2 500 m²).

nécessite un investissement considérable à long terme, que les ventes actuelles en rhum blanc contribuent à financer. L'avenir semble pour l'instant au rhum vieux, mais jusqu'à quand ? Puis, l'on peut s'enquérir des risques encourus.

c) Les risques d'un manque de coordination sur le plan commercial

Sur le marché intérieur, sept distilleries sur neuf se livrent à une véritable « guerre des prix », comme nous l'avons vu ; ceci à grands renforts de promotions, de campagnes publicitaires et de coffrets « discount ». Deux raisons peuvent être avancées pour tenter d'expliquer la recrudescence de campagnes commerciales parfois drastiques : la fiscalité privilégiée, qui limite la concurrence des rhums ACP, voire des autres DOM ; les aides POSEIDOM, qui constituent des ressources financières supplémentaires pour les distilleries. Une partie de ces aides ne contribue-t-elle pas à la mise en place de ces campagnes commerciales ?

A la base, ce sont quelques distillateurs qui se livrent à une politique de « dumping » tarifaire sur le rhum, entraînant la majorité des autres distillateurs. Tant et si bien que le rhum se révèle être le seul produit dont le prix à la consommation est inférieur à ceux des produits similaires importés, comme le fait remarquer Guy CABORT-MASSON (1999 ; p. 107). Sans accord préalable, la profession n'arrive pas à s'accorder sur un prix plancher. Du fait de ces stratégies individuelles, le rhum blanc, déjà pénalisé à l'échelle insulaire par l'image d'un alcool populaire, ne répercute en rien l'effet « haut de gamme » supposé orchestré par la mise en place de l'AOC. Cette guerre commerciale entre distilleries sur le marché martiniquais est importante depuis déjà une douzaine d'années. Aux dires des acteurs de la filière, il semble que l'avènement de l'AOC s'est traduite par une concurrence exacerbée. Les choix opérés par les distillateurs dominants tendent à tirer l'AOC Martinique vers une logique sectorielle, en visant une qualité standard à bas prix, sur un marché supposé se développer. Tout se passe comme si le marché martiniquais du rhum évoluait vers un marché générique (et de packaging ou de marques), au lieu du marché dédié en vigueur par le passé. De même que l'INAO, l'UE se montre soucieuse de cette situation. Deux auditeurs sont venus à la Martinique en juillet 2000, afin de contrôler les comptes et les utilisations des aides européennes : leurs interrogations portent sur le fait d'aider financièrement des entreprises qui bradent leur production. Les grandes distilleries sont suspectées d'utiliser les fonds publics pour satisfaire à des pratiques proches du « dumping » sur le marché martiniquais. Alors que ce marché fait l'objet de stratégies à dominante sectorielle, qui se traduisent par des prix « sacrifiés » sur nombre de marques, les distillateurs ne prennent-ils pas un double risque à terme : celui de se voir retirer la fiscalité allégée appliquée à la Martinique et celui de se voir attribuer un contingent plus strict, susceptible de limiter les « débordements » tarifaires ?

Concernant la politique commerciale mise en œuvre sur ce marché intérieur, les principes de l'AOC ne paraissent faire que peu d'adeptes. Les visées à court terme de concurrence économique qui priment sur le plan local ne tendent-elles pas à sacrifier à moyen ou long terme les objectifs de conquête de marché à l'exportation ? Ne tendent-elles pas à étouffer les innovations et l'organisation collective nécessaires pour valoriser la qualification et acquérir la notoriété requise ? Or, la quête de notoriété est précisément corrélée au facteur de rareté, duquel découle une politique tarifaire relativement élevée. Tel est le principe de la stratégie de différenciation propre à l'AOC. Pourtant, tout se passe comme si

la filière rhum agricole martiniquaise se contentait de perdurer à l'abri du « *cocon doré* » du contingent, pour reprendre l'expression d'un acteur de la filière ; ce qui la prive de toute objectivité face à la réalité des marchés dédiés, tel celui des produits AOC. Etant donné le contingentement sur le marché français et le caractère embryonnaire du marché étranger, le surplus d'une production rhumière croissante est écoulé sur un marché intérieur stagnant, voire saturé. Les prix du rhum à la Martinique s'effondrent, tandis que l'esprit collectif de « l'AOC » semble s'effacer pour laisser place à des stratégies sectorielles individuelles, en réponse immédiate aux dures réalités économiques. A ces évolutions stratégiques, plusieurs facteurs explicatifs peuvent être avancés, en relation avec l'évolution qualitative du produit, l'évolution du goût des consommateurs, mais aussi l'évolution des modes de distribution à la Martinique.

En conclusion, face aux contradictions qui se font jour entre les prix et la qualité minimale attendue d'un produit AOC, l'on peut s'interroger sur la signification d'une telle qualification. La perplexité qui peut alors s'emparer de l'observateur semble loin d'embarrasser l'ensemble des distillateurs à la Martinique. Certains justifient ces stratégies et les prix qu'elles induisent en arguant, à juste titre, que « *l'appellation est une garantie d'origine, et non une garantie tarifaire* ». Il est vrai que de telles pratiques commerciales sont monnaie courante au sein d'AOC viticoles prestigieuses comme le Champagne ou le Bordeaux. Mais ne sont-elles pas justement l'apanage des « grands alcools » (quant aux volumes mis sur le marché), dont l'image est déjà confortée par une très grande notoriété. Il est alors plus facilement concevable de segmenter le marché correspondant. Or, dans le cas de l'AOC « Martinique », la conquête du marché à l'exportation ne reste-t-elle pas à faire ? Qu'en est-il des stratégies commerciales sur ce marché ?

2.2.2. En France : la politique du vrac

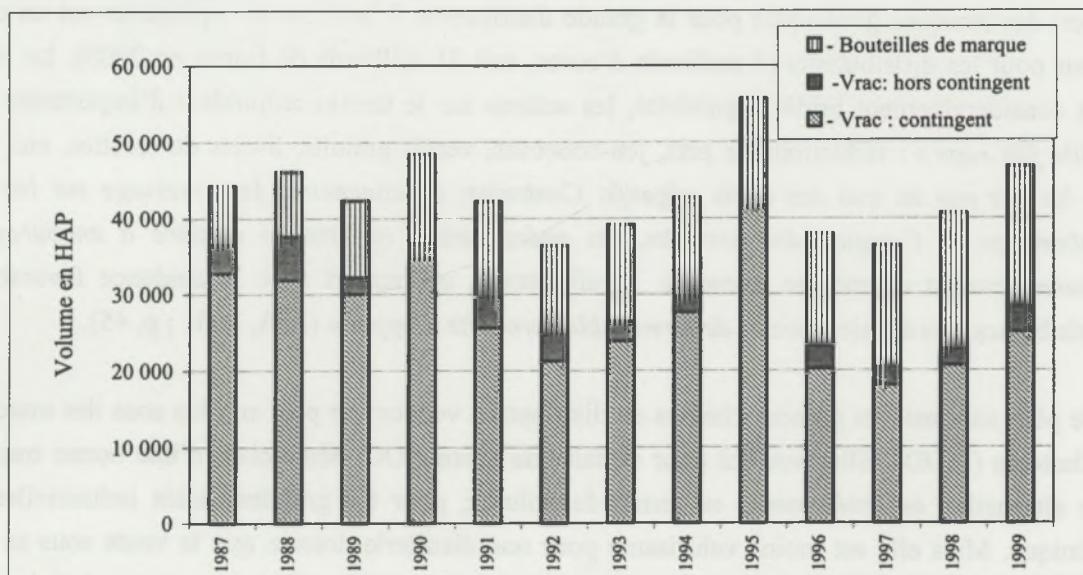
L'analyse des stratégies commerciales des distillateurs à l'exportation – pour l'essentiel le marché français – amène à s'interroger sur la politique du vrac, par opposition à l'embouteillage sur place.

a) Le jeu des grands distillateurs : la logique économique contre l'AOC ?

La politique de la vente du rhum en vrac constitue un dossier sensible au sein de la filière rhum agricole martiniquaise. Sans cesse décriée par les petits distillateurs-embouteilleurs, elle est pratiquée de longue date par les grands groupes, pour des questions économiques. Comme l'explique un responsable de distillerie, il est plus coûteux de faire venir de France des bouteilles vides pour les renvoyer pleines – pratique qui peut même paraître absurdes à certains – que de remplir les bouteilles directement en France, en y expédiant le rhum en vrac – pratique qui paraît plus en accord avec la stricte logique économique. L'exportation de rhum en vrac présente un double intérêt pour ceux qui y adhèrent : elle limite les coûts d'embouteillage et de transport et, par voie de conséquence, augmente la compétitivité de leurs marques face à celles des embouteilleurs de Martinique sur les rayons des grandes surfaces françaises. Toutefois, la forte compétition qui existe également à cet échelon national est en partie masquée par une fiscalité supérieure et des prix élevés. Le maintien de la vente en vrac pour une partie de la production rhumière exportée répond clairement à des objectifs économiques.

Bien que l'embouteillage sur site augmente, les ventes en vrac représentent toujours la majorité des exportations (cf. graphique 51).

Graphique 51 : Volumes des exportations suivant le conditionnement



D'après Statistiques CODERUM, 2000

Ceci laisse planer des soupçons sur de potentielles fraudes. L'INAO a de fait toujours plaidé en faveur d'un embouteillage sur site ; une mesure à laquelle les grands groupes exportateurs ne cessent de s'opposer. Pourtant, dans le cas d'un produit AOC, n'y a-t-il pas d'autres considérations à prendre en compte, que les stricts critères de coûts de transport ? L'embouteillage sur place ne rentre-t-il pas dans le cadre de la construction de la qualité inhérente à cette stratégie de différenciation ?

Le débat qui a eu lieu à l'Assemblée nationale concernant l'embouteillage des alcools en AOC dans la région d'origine illustre ce point. Tous les textes qui régissent la production viticole AOC régissent le mode de production, les cépages, la délimitation des terroirs et les qualités de vinification, mais pas le conditionnement. « *Comment un produit aussi hautement élaboré et vanté que le vin pourrait-il ne pas être mis en bouteille dans la région d'origine ? [...] imaginez du champagne qui ne serait pas mis en bouteille en Champagne !* », se demande François PATRIAT (1998). Pour ce dernier, le conditionnement dans la région d'origine s'impose pour trois raisons : la traçabilité est meilleure ; cette pratique permet de déplacer le curseur de l'aval vers l'amont, faisant en sorte que les producteurs tirent un plus large profit du produit qu'ils élaborent ; les emplois indirects dans la région d'origine sont favorisés par le conditionnement sur place (embouteilleurs, étiqueteurs, cartonnières, employés à façon, etc). Ce dernier argument répond à la problématique de la contribution d'une production AOC au développement durable du territoire concerné. L'embouteillage peut par conséquent s'avérer un facteur supplémentaire d'ancrage du produit AOC à son territoire.

b) *La qualité peut-elle rimer avec « marques génériques » ?*

Outre la question d'exportation en vrac en tant que telle, la non-obligation d'embouteiller sur place ouvre la porte à d'autres pratiques, dont on peut se demander si elles ne sont pas susceptibles de nuire à l'image de marque de l'AOC Martinique. Il en va ainsi de la commercialisation de rhum AOC sous couvert des marques génériques pour la grande distribution. L'univers des spiritueux est un créneau porteur pour les distributeurs (5 milliards d'euros, soit 31 milliards de francs en 2000). La loi Evin ayant considérablement bridé la publicité, les actions sur le terrain redoublent d'importance et « *la bataille fait rage* » : réductions de prix, jeu-concours, verres gratuits, livrets de recettes, etc. « *Mais cette loi n'a pas eu que des effets négatifs. Contraints de concentrer leur message sur les modes d'élaboration et l'origine des produits, les opérateurs y ont trouvé matière à encourager les consommateurs à monter en gamme* ». Parallèlement, en rapport avec la tendance favorable aux alcools blancs, ces derniers sont « *de formidables produits d'appel* » (IAA, 2001 ; p. 45).

Sur le plan national, les grandes chaînes de distribution vendent de plus en plus sous des marques de distributeurs (MDD). Elles veulent pour ce faire du rhum AOC, bénéficiant d'une bonne traçabilité. Cette alternative est intéressante en terme de volume, pour les grandes unités industrielles de la Martinique. Mais elle est moins valorisante pour une distillerie donnée que la vente sous sa propre marque. Pour l'ensemble du rhum produit à la Martinique, environ 30% est commercialisé sous des marques de distributeurs. Cette tendance lourde s'observe sur le plan national pour tous les alcools, vin compris. Elle se développe au détriment de la vente par l'intermédiaire des négociants, comme il y a vingt ou trente ans. Le principal facteur de succès de cette stratégie de MDD pour le rhum AOC Martinique tient en la question d'authenticité de l'origine : elle traduit l'effet indirect de l'AOC, en excluant les contrefaçons, comme mentionné précédemment. Pour le consommateur français, l'intérêt des marques de distributeurs est flagrant quant au prix de vente ; soit, selon les enquêtes effectuées : 13,72 à 15,24 € (90 à 100 F) en moyenne le litre de rhum blanc à 55° de marque, auxquels s'ajoutent les coûts de publicité pour la grande distribution ; environ 2 € (15 F) de moins avec les marques de distributeurs, sans que la distillerie ait à supporter les frais de publicité.

Un tel mode de commercialisation tend de plus en plus à être synonyme d'homogénéisation, les produits étant amenés à s'intégrer dans une gamme définie par la grande distribution. Une telle stratégie, dans laquelle peuvent être décelés des risques de perte d'identité pour les produits concernés, ne paraît-elle pas pernicieuse pour une démarche de différenciation du type AOC ? Or, la grande distribution représente désormais 40% de parts de marché pour la vente de rhum en France (CIRTDOM, 2000). Faire appel à la grande distribution semble relever de deux types de finalités différentes selon les distilleries : les unes cherchent par-là à réaliser leur contingent, dans la mesure où elles ne peuvent le faire par elles-mêmes, avec leurs propres marques « leaders » ; les autres cherchent surtout à tirer profit de l'important marché de la grande distribution, en terme de volume. Dans ce cas, il est fréquent que les entreprises concernées achètent des volumes supplémentaires de rhum contingenté, pour assurer la demande de la grande distribution. Une telle stratégie, qui relève d'une politique purement économique, ne va-t-elle pas à l'encontre de la philosophie de l'AOC ?

Pour appréhender les retombées de telles stratégies sur l'évolution de la jeune AOC Martinique, il convient d'en saisir les nuances. Une première nuance tient au degré d'acceptation des firmes basées à la Martinique, vis-à-vis des exigences imposées par la grande distribution. Celle-ci négocie au plus bas prix, ce à quoi certaines distilleries ne se résolvent pas, évitant de descendre en dessous d'un certain seuil minimal, en terme de représentation du produit et en termes économiques. Elles manifestent par là la volonté de rester crédibles auprès des consommateurs dans leur démarche de différenciation, en refusant de « brader » un produit authentique et de qualité ; sans compter la marge, qui finit par se réduire, au point de remettre en cause toute la portée de la démarche. La seconde nuance à apporter a trait au type de distributeur. Des marques de distributeurs comme « Carrefour » ou « Auchan » ont une politique « Filière-Qualité ». Celle-ci assure une garantie minimum de qualité aux clients, au-delà de la question de marque générique. Il n'en va pas de même chez des distributeurs « discounts », tel « Leader Price », où l'attrait du consommateur tient presque exclusivement aux moindres prix assurés. De ce fait, pour les rhums agricoles AOC « leader price », désormais courants dans ces chaînes de distribution, que reste-t-il de l'image « haut de gamme » liée à la qualification ?

c) Positionnement des marques en France et menaces commerciales

Le marché français du rhum a été décrit de façon générale au chapitre VI. Il se caractérise notamment par la progression du segment des rhums à 40°. Si Old Nick (Bardinet) est toujours leader sur ce créneau, la concurrence des hards-discounter s'y fait plus vive¹⁵. En contre partie, les rhums à 55° (+ 20,6 % en 1999), davantage positionnés sur le haut de gamme, voient également leur vente progresser. Ces produits s'adressent surtout aux consommateurs « initiés », à la recherche de plus d'authenticité.

Tableau 96 : Panorama des exportations de rhum agricole Martinique en France en 1999

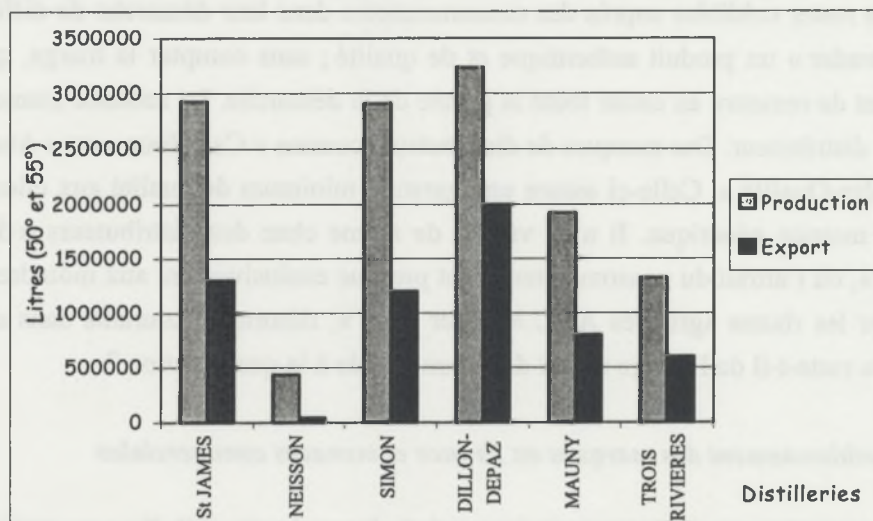
Propriétaires	Marques à l'exportation	Mode d'expédition	Distributeurs	Volumes exportés en France	Sorties GMS
La Martiniquaise-Bardinet	Dillon	Bouteilles	La Martiniquaise	1 500 000 l	23,7%
	Old nick	Vrac	La Martiniquaise	500 000 l	10%
Remy-Cointreau	Saint-James	Bouteilles Vrac	Moet-Hennessy	1 300 000 l	2,7%
Bourdillon-Bellonnie	La Mauny	Bouteilles	Marie Brizard	800 000 l	8,4%
	Trois-Rivières	Bouteilles	Triodis	600 000 l	2,7%
Y. Hayot	Saint-Etienne	Vrac	Valois	900 000 l	-
B. Hayot	Clément	Bouteilles	Rothschild	300 000 l	-
Neisson	Neisson	Bouteilles	-	45 000 l	-

Sources : Enquêtes 2000 ; Panels distributeurs, 1999.

¹⁵ La bouteille de rhum de un litre passe en moyenne à 7,62 € (50 F) à 40°, contre environ 12,20 à 13,72 € (80 à 90 F) pour les autres bouteilles à 50 ou 55°. En GMS, Old Nick doit affronter des marques génériques qui se positionnent à des prix promotionnels autour de 5,34 € (35 F) pour un litre à 40°.

Le panorama de la production et de l'exportation de rhum agricole Martinique selon les marques (cf. tableau 96 et graphique 52) confirme l'importance des volumes exportés par les grandes distilleries, des volumes a priori difficiles à écouler sur le seul marché intérieur.

Graphique 52 : Production et exportation des différentes distilleries de Martinique en 1999¹⁶



D'après CODERUM, 1999.

Sur le plan économique, trois menaces pèsent dès lors sur le devenir de la filière rhum agricole et l'AOC Martinique, quant à l'impact de cette dernière sur le marché d'exportation. La première résulte de l'ouverture du marché aux rhums ACP, dont fait partie le leader mondial Bacardi. Depuis 1995, les contingents augmentent de 3 000 HAP/an pour atteindre 67 000 HAP en 1999 (CIRT-DOM, 2000). Actuellement, Bacardi représente à peine 1% des sorties GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) sur le marché français. Il n'est pas possible d'en déduire la place réelle de cette grande firme sur le marché, compte tenu du biais induit par son positionnement plus marqué dans les Cafés-Hôtels-Restaurants : elle y réalise une vente de 730 000 cols en 1999. Cette même année, la marque Havana Club, distribuée par Pernod-Ricard, est en augmentation avec 350 000 cols vendus. Ces rhums légers se positionnent principalement comme des rhums à punch. Tel est le cas avec le célèbre « Cuba-libre ». Bacardi, qui s'est associé récemment avec Coca-Cola, ouvre la voie à certains distillateurs de Martinique, qui entendent également se positionner sur ce segment de marché : Bardinet, avec la marque Old Nick, qui représente une vente annuelle de 700 000 cols, s'est récemment associé avec Pepsi (Panel distributeurs, 1999).

La seconde menace est représentée par la forte progression des rhums guadeloupéens, qui affichent 20% de croissance en 1999, à raison de 4% des sorties GMS, soit 300 000 cols environ (NIELSEN, 1999). Cette situation tient principalement à l'effet de la commercialisation soudaine de ces rhums longtemps méconnus du consommateur français. De plus, la forte population guadeloupéenne en France se rabat préférentiellement vers ce produit. Le contingent des distillateurs de Guadeloupe est certes limité depuis 1996 à 4 500 HAP, contre 33 645 HAP pour la Martinique. Cependant, une

¹⁶ Les volumes exportés par la distillerie Crassous sont très faibles.

renégociation de ces contingents n'est pas exclue, si les rhums de Guadeloupe poursuivent leur ascension. N'étant pas astreints aux exigences de l'AOC et aux investissements qu'elle requiert, ces rhums guadeloupéens bénéficient d'un coût de revient moindre que celui du rhum AOC Martinique ; caractéristique qui n'implique pas pour autant un rapport qualité/prix inférieur. La menace commerciale qui en résulte est d'autant plus sérieuse, que l'existence de l'AOS « Guadeloupe » est encore susceptible d'induire une certaine confusion pour le consommateur, comparativement à l'AOC « Martinique », un risque qu'avait prédit l'INAO.

Enfin, une troisième menace identifiable relève de la constante augmentation des marques de distributeurs, depuis près d'une décennie. Elles assurent 30% des ventes de rhum sur le marché français en 1999, avec une hausse de 13% par rapport à l'année antérieure. Il peut autant s'agir de rhum agricole que de rhum de sucrerie, voire de rhum léger, avec des provenances diverses. Traditionnellement présentes sur le segment du rhum à 40°, les marques de distributeurs tendent à investir de plus en plus le créneau porteur des rhums à 50° et 55° (NIELSEN, 1999).

En conclusion, les paragraphes précédents traduisent le caractère très concurrentiel des stratégies mises en place par les plus grands groupes. Ceci renvoie à l'analyse de SYLVANDER (1999 ; p. 107), qui souligne l'intérêt des grands groupes industriels, cherchant à pénétrer sur le sous-secteur des AOC, « [...] sous réserve (i) que le marché soit attractif et (ii) que les modes de production puissent évoluer d'une manière cohérente avec la stratégie de domination par les coûts [...] ». Comme le relèvent SYLVANDER et MARTY (1998) pour certaines AOC fromagères, de tels choix sont cohérents avec une stratégie industrielle. La tendance à la valorisation de l'origine des produits, à travers les marques de distributeurs (IAA, 2001), pourrait-elle malgré tout s'avérer porteuse pour la notoriété de l'AOC Martinique ? Au-delà de l'action possible du CODERUM, voué à gérer de telles situations, celles-ci sont considérées comme inéluctables pour nombre de protagonistes. Certains y voient l'opportunité d'asseoir la notoriété de l'AOC « Martinique », via l'augmentation des volumes commercialisés. Pourtant, qu'en serait-il d'une notoriété n'allant pas de pair avec une image « haut de gamme » ? Les paragraphes suivants visent à voir comment est orchestrée cette image par les entreprises familiales.

2.2.3. Les entreprises familiales : des stratégies plus territoriales ?

Logiques sectorielle et industrielle sont très proches, de même que logiques territoriale et artisanale. De fait, les industriels confrontés à une logique territoriale forte pourraient voir leur développement limité, tandis que les artisans confrontés à une logique sectorielle forte sont amenés à disparaître rapidement (BAZIN, 1978, cité par SYLVANDER et MARTY, 1998). Voyons ce qu'il en est des petites distilleries familiales à la Martinique.

Le déplacement des lieux de commercialisation a conduit à des changements de clientèle. Traditionnellement vendu sur la commune du Carbet, avec un approvisionnement direct des petits commerçants de la commune, le rhum Neisson y perd du terrain. Les Martiniquais effectuant de plus en plus leurs achats en GMS au détriment des petits commerces de quartier, ils ont accès à toute la gamme de produits offerte sur le territoire. La clientèle la plus modeste s'oriente vers des rhums moins chers pour la consommation courante, tandis que le rhum Neisson fait de plus en plus office de produit

de luxe, réservé pour les grandes occasions. Cette perte de clientèle traditionnelle carbétienne est en partie compensée par la préférence accordée au Neisson par d'autres clients, du fait de l'image dont il jouit auprès de la population (Open Soft System, 2000). Le cas du rhum Crassous est un peu différent, dans la mesure où celui-ci a toujours été davantage vendu aux personnes de passage sur le site, que sur la seule commune du Macouba, commune par ailleurs moins « passante » et moins touristique que le Carbet. Cette entreprise du Nord atlantique tire profit du développement des GMS, en positionnant mieux son produit sur l'ensemble de la Martinique. A cet effet, une publicité est mise en place à la fin des années quatre-vingt-dix, soulignant son ancrage au territoire, à travers la dimension patrimoniale : le leitmotiv en est « *Fondal natal* », faisant référence à une expression créole un peu littéraire, qui signifie « originaire du pays ». Neisson et Crassous se distinguent donc en proposant sur le marché intérieur des rhums à forte valeur ajoutée, sans fluctuation tarifaire et en meilleure adéquation avec la philosophie de l'AOC prônée par l'INAO. Ces distilleries semblent avoir choisi une stratégie individuelle en adéquation avec leur structuration, valorisant chacune à leur manière la dimension patrimoniale de leur produit. Qu'en est-il de la distillerie La Favorite ? Cette dernière pâtit d'une situation géographique moins rurale que les deux autres. Elle tente de mettre à profit sa proximité de la capitale, qui lui vaut de nombreux passages sur le site. Du fait des difficultés connues dans les années antérieures, elle a plus de mal à se positionner sur le marché de luxe, avec une clientèle traditionnelle plus difficile à fidéliser dans son voisinage urbain. Elle se situe à l'intermédiaire des deux types de stratégie, comme l'illustre la vente d'une partie de sa production en vrac à la distillerie Dillon.

Quoi qu'il en soit, même pour les grandes distilleries, la tendance observée à l'échelon local ne peut être transférée sur le marché d'exportation, sous peine de perdre tout le bénéfice de l'AOC Martinique. Celle-ci ne reste qu'une « petite » appellation et ne peut adopter la stratégie d'un produit comme le Cognac. L'évolution spécifique observée sur le marché martiniquais, de même que le développement des marques de distributeurs, n'est-elle pas en contradiction avec une logique qui se voudrait plus territoriale à l'égard du marché extérieur ? Vu les flux croissants entre les Antilles et la France, n'y a-t-il pas des risques de confusion auprès du consommateur en visite sur l'île ? Par opposition aux grands alcools, la diversité du rhum agricole Martinique peut être présentée comme un avantage, qui semble jusqu'ici peu valorisé¹⁷. Néanmoins, parallèlement à la commercialisation de masse à la Martinique, surtout observée pour le rhum blanc, existe une valorisation de certains produits en « haut de gamme ». Il en va ainsi particulièrement des rhums vieux, conçus comme produits de luxe, avec une forte diversification de l'offre (coffrets de luxe, bouteilles « hors d'âge », millésimes, etc.). Cette politique, manifeste sur le marché intérieur et plus encore à l'exportation, apparaît plus en phase avec la philosophie et l'image de marque attendues d'une AOC.

En conclusion, au-delà des luttes commerciales, la profession rhumière de la Martinique reste très soudée. La construction de l'AOC est une démarche de « confrères ». Le ciment de cette construction est la passion du métier qui unit ces professionnels et l'avenir de la canne à la Martinique dépend justement de cette passion, qui relève des liens immatériels avec le territoire : un type de relations que le chapitre suivant permet d'approfondir.

¹⁷ Exemple imaginaire de slogan dont la philosophie met en avant la diversité : « Goûter au rhum agricole Martinique, vous ne boirez jamais le même... ».

CHAPITRE XIII – MISE EN SCENE ET PROMOTION DU RHUM AGRICOLE « MARTINIQUE » : LIENS IMMATERIELS AVEC LE TERRITOIRE

D'une manière générale, les territoires, et plus encore les espaces ruraux, possèdent des attributs naturels ou façonnés par l'homme, qui les différencient des autres. Certains de ces attributs, considérés comme attractifs, peuvent être valorisés du point de vue économique. Cet ensemble spécifique de caractéristiques, nommées « aménités », correspond à un patrimoine collectif : ressources naturelles (pédologie, topographie, climat, etc.) ; paysages ; patrimoine culturel (historique, architectural) ; savoir-faire (agricole, artisanal, process particulier de fabrication agro-alimentaire) ; sociabilité rurale (accueil, traditions spécifiques) ; atouts de localisation géographique (COUZINET et *al.*, 2000). Ces aménités, mobilisées pour la mise en valeur du rhum agricole, sont une voie supplémentaire d'ancrage au territoire du produit dans la démarche de différenciation entreprise (cf. fig. 32, chap. XI).

Les chapitres précédents ont permis d'analyser l'ancrage au territoire du rhum agricole Martinique et la construction de la qualification, à travers le lien au terroir (milieu naturel et usages) et les stratégies d'entreprises. Ce dernier chapitre porte sur le troisième aspect de cet ancrage : la dimension patrimoniale du produit et la valorisation des aménités territoriales dans sa mise en scène. A partir d'un lieu, d'un territoire, l'imagination peut se déployer en diverses directions : des paysages, des manières de vivre, de manger, de travailler, et chacun y investit une part de son histoire personnelle ou rêvée, expliquent Philippe SAHUC et Claude WISNER-BOURGEOIS (2001 ; pp. 82-83) : « *Les images, celles qu'on couche sur le papier des emballages, des publicités, des dépliants promotionnels, se nourrissent de l'imaginaire des consommateurs et le nourrissent à leur tour* ». Ces images confèrent aux produits leur dimension immatérielle. Dans quelle mesure cette dimension du rhum agricole a-t-elle été (ou peut-elle être) intégrée dans la construction de l'AOC « Martinique », pour une meilleure crédibilité de ce signe de différenciation ? Qu'en est-il du lien réciproque entre l'image du produit et celle du territoire ? En quoi un lien fort peut-il, d'une part, renforcer la crédibilité de cette AOC ou la dynamique de la démarche de qualification et, d'autre part, contribuer au développement du territoire insulaire ? Telles sont les questions auxquelles vise à répondre ce chapitre, découpé en trois sections. Dans la première, il s'agit de comprendre comment a été orchestrée la promotion du rhum agricole Martinique sur le marché extérieur jusqu'à nos jours. Par comparaison, la seconde section conduit à voir ce qu'il en est à l'échelon martiniquais, avant de s'interroger, dans la dernière section, sur l'appropriation de l'AOC « Martinique » par la population martiniquaise.

1. MARCHÉ EXTERIEUR : REPRESENTATIONS, CONSOMMATION ET PROMOTION

La qualification d'un produit agro-alimentaire s'appuie sur la reconnaissance d'une « différence » perçue par les consommateurs (typicité, qualité), susceptible de se traduire par des prix ou des parts de marchés supérieurs. Cette reconnaissance se doit d'être extérieure aux acteurs de l'espace considéré pour qu'un débouché permettant des retombées économiques s'ouvre au produit (COUZINET et *al.*,

2000). Précisément, comme déjà souligné, la segmentation du marché du rhum martiniquais (intérieur et extérieur) contraint à une analyse séparée des représentations en cours. Après le marché intérieur (cf. chap. VII), c'est du marché français dont il est question dans la présente section. Celle-ci met en rapport la démarche publicitaire élaborée sur ce marché et les représentations qui en découlent. Cette mise en perspective aide à mieux cerner le contexte, en termes d'images des produits rhumiers, de l'émergence de l'AOC « Rhum agricole Martinique ». Elle favorise aussi l'analyse des enjeux relatifs à la promotion du rhum en France.

1.1. De la quête d'exotisme à celle d'authenticité sur le marché français

Les produits correspondant à la dénomination générique de « rhum » sont, nous l'avons vu, très diversifiés. Concernant les rhums de Martinique, rappelons que l'une des grandes différences est celle faite entre : (i) le rhum agricole (blanc ou vieux), qui, jusqu'en 1996, ne se distingue des autres rhums agricoles que par la mention d'origine simple « Martinique » (à partir de 1921) ou par le label « Rhum agricole Martinique » (à partir de 1973), indiquant la mise en bouteille sur les lieux de fabrication ; (ii) le rhum industriel (de mélasse) ou RTS, longtemps vendu principalement sous forme de rhum coloré ou brun, sans les mentions « agricole », « Martinique » ou « vieux ». L'APPERAM (1974) souligne comme suit la différence organoleptique entre les deux types de produits : « *Alors que le rhum industriel développe un arôme très lourd et imprègne littéralement la bouche de son goût très prononcé et, il faut bien le reconnaître, assez désagréable, le rhum agricole est finesse et légèreté. Ces fameux caractères organoleptiques du rhum exigés par le décret du 19 août 1921 s'y retrouvent, mais plus légers et tempérés par une pointe d'acidité, enveloppés dans un fruité très agréable rappelant réellement le parfum de la canne à sucre fraîche* ». Selon les produits et l'époque, les représentations relatives au rhum (ou plutôt « aux rhums »), ainsi que les modes de consommation, diffèrent. Les paragraphes suivants s'attachent à voir leur évolution en France, depuis la fin du XIX^e siècle, en rapport avec l'imagerie véhiculée par les campagnes publicitaires d'alors¹.

1.1.1. De l'imagerie coloniale à celle de l'après-guerre

A l'instar du sucre, du cacao ou du café, le rhum s'inscrit rapidement au rang des produits coloniaux dirigés prioritairement vers le marché français. Pour ce dernier, où la concurrence est rude, les campagnes publicitaires cherchent à retenir un consommateur susceptible d'être séduit par d'autres alcools. Quelle est l'imagerie développée à cette fin depuis la période coloniale ? Pour répondre à cette question, nous nous appuyons sur l'étude réalisée par Danielle BÉGOT² (1996), intitulée « *A boire et à voir : un siècle d'images du rhum (1880-1980)* ».

A la fin du XIX^e siècle, l'essentiel du rhum consommé en France vient de Martinique³. Son image est assimilée à la puissance de l'Empire et les expositions coloniales façonnent l'imaginaire collectif. De

¹ Si certains points évoqués dans ce chapitre sont valables pour tous les rhums, nous nous focaliserons sur ceux produits à la Martinique ou, tout au plus, dans les anciennes colonies françaises.

² Maître de conférence d'histoire à l'UAG, directrice du groupe de recherche AIP (Archéologie industrielle, patrimoine).

³ Sur 205 000 HAP importés par la France en 1896, 93% proviennent des colonies françaises. L'origine Martinique se distingue avec 82,5% du litrage importé, contre 10,5% à la Guadeloupe et 6,7% à la Réunion (KERVEGANT, 1946).

la publicité de masse d'alors, ressort l'importance accordée aux thèmes du bateau et du paysage, ainsi que l'image du personnage noir. Le thème du bateau évoque le voyage, le rêve, l'évasion. Il fait du rhum « l'eau-de-vie du nouveau monde ». Les paysages tropicaux apparaissent à la fin du XIX^e siècle, parallèlement à la représentation du maître blanc entouré de domestiques noirs, évoquant la splendeur de la France coloniale. Au début du XX^e siècle, une plus large place est faite à l'image burlesque du marin joyeux, puis à celle plus romanesque du corsaire, en écho aux mythes cinématographiques. Parallèlement à la colonisation de l'Afrique, l'image du personnage de couleur sur les étiquettes de rhum se renforce, de même que dans les réclames de produits alimentaires, comme « Banania ». La femme de couleur devient source d'inspiration avec, comme représentation célèbre, celle du rhum « Négrita », déposée en 1886. La France d'après-guerre n'affiche plus les mêmes clichés, devenus trop encombrants, comme celui du nègre servile. Le renouvellement thématique est néanmoins limité. Les images de voiliers ou de corsaires perdurent, de même que celle de la belle Créole, affichant bijoux et coiffe en madras. Les étiquettes du milieu du XX^e siècle sont toutefois sans commune mesure avec l'excellence des graphismes du début de siècle, surtout pour les marques à ventes régionales. Jusqu'alors, les étiquettes étaient l'œuvre d'ateliers lithographiques parisiens ou provinciaux, reproduisant des cartons d'artistes (BÉGOT, 1996). Le déplacement du lieu de confection des étiquettes, pour les rhums désormais embouteillés sur le site de production – allant de pair avec un déplacement de la conception des exportateurs aux producteurs – explique peut être la différence qualitative mentionnée. Après les années soixante, certaines marques se contentent parfois de modestes étiquettes en noir et blanc, imprimées dans l'île productrice. Parallèlement, la part du graphisme sur les étiquettes se réduit au profit de l'indication de la marque, de l'origine et de la nature du produit : un recentrage est effectué sur l'authenticité du produit, des références au passé antillais apparaissent. Cette évolution ne va-t-elle pas de pair avec la volonté des distillateurs martiniquais de promouvoir les rhums de pays ? Cette volonté croît entre les années cinquante et soixante, jusqu'à la création de l'APPERAM.

Dans cette dynamique, la relation qui existe entre le rhum et son territoire est de plus en plus valorisée, comme l'illustrent : la datation remontant au XVIII^e siècle, l'image de la maison de maître, « l'habitation », la référence à la tradition (costume créole, coupeurs de canne, combat de coqs, etc.), l'introduction (bien qu'encore très marginale) de la langue créole dans le message publicitaire. Cette incorporation d'aménités enracine le rhum dans l'histoire martiniquaise, en même temps que dans la terre originelle. Danielle BÉGOT (1996 ; p. 60) s'en inquiète : « *Comment ne pas voir dans cette course aux repères, repères dans le temps, repères dans l'espace, un aveu de déstabilisation d'une société qui, dans le tumulte d'un monde contemporain, cherche désespérément sa place et ses marques ? Que le rhum soit désormais objet d'histoire montre bien l'ampleur de la crise. L'étiquette publicitaire, dans ses conditions, n'est rien d'autre qu'un acte de conjuration devant un monde qui se meurt, et qui meurt doublement puisqu'il est à la fois entré dans les musées (Saint-James en Martinique ; distillerie de Sainte-Rose en Guadeloupe) et sorti des références culturelles des plus jeunes, pour qui le rhum n'est plus souvent qu'un produit de consommation, banalement acheté au supermarché du coin* ».

Cette réflexion renvoie à celle faite par Jean PILLEBOUE, qui différencie deux types de contextes quant à la valorisation patrimoniale liée à une activité économique : d'une part, les initiatives nées de l'Etat, des collectivités locales ou d'associations diverses, qui répondent souvent à un grave recul de l'activité

concernée⁴ ; d'autre part, les processus mis en place par des sociétés privées. Il s'agit dans ce cas de jouer la carte de la valorisation patrimoniale « [...] pour donner un "supplément d'âme" à leurs campagnes publicitaires, à leur politique commerciale, dans le cadre d'activités qui sont le plus souvent en pleine expansion ou cherchent à le devenir » (PILLEBOUE, 1992 ; p. 39).

Ce renouvellement publicitaire, passant par l'affichage de repères patrimoniaux, n'accompagne-t-il pas la croissance du rhum agricole, en cherchant à en améliorer l'image ? Il convient par conséquent de distinguer : d'un côté, le déclin des grandes habitations mises en exergue sur les étiquettes, de même que la folklorisation des costumes créoles ou la régression de la coupe manuelle (le coupeur de canne étant toujours à l'affiche de nos jours) ; de l'autre, « la mort de la canne » ou « la fin du rhum ». Puis, cette mobilisation d'éléments culturels pour la promotion du rhum ne va-t-elle pas dans le sens de la reconnaissance en AOC du rhum agricole Martinique ?

1.1.2. Stéréotypes et méconnaissance du rhum en France jusqu'aux années 1970

De l'imagerie véhiculée durant des décennies par la publicité, relayée par les légendes, qu'en est-il de la perception du consommateur français et des modes d'utilisation du rhum ? Afin de répondre à cette interrogation, les paragraphes suivants s'appuient sur une étude de la SOFRES (1976)⁵, ainsi que sur les témoignages de personnes-ressources. Trois aspects transparaissent quant à l'origine attribuée au rhum par les Français dans les années soixante-dix : (i) une origine exotique, éloignée dans l'espace, évoquant « les îles du bout du monde » et parfois, plus précisément la Martinique ou la Jamaïque ; (ii) une origine historique, éloignée dans le temps, associée au passé colonial de la France ; (iii) une origine aventureuse, évoquant flibustiers et pirates.

De son origine exotique et de son ancienneté historique, le rhum hérite d'une image de produit naturel, authentique (savoir-faire ancestral, procédé peu « agressif », sans adjuvant chimique). Cette perception s'oppose à celle d'alcools davantage intégrés à la vie moderne de l'époque (gin, vodka, whisky), associés à une fabrication industrielle. Des nuances s'instaurent toutefois. Conditionnés par des décennies de dominance du rhum de mélasse ambré, en particulier du Négrita, les Français sont peu au fait des types de rhums. Jusqu'aux années soixante-dix (et même jusqu'ici, pour nombre d'entre eux), la différence entre rhums agricole et industriel ou entre rhums blanc et vieux leur est inaccessible. Seuls les rhums ambré et blanc sont différenciés, avec néanmoins une connaissance très imparfaite de chacun d'eux. Le rhum brun, auquel sont habitués ces consommateurs, est apprécié pour sa couleur, jugée « la plus sympathique, la plus belle, la plus chaude », tandis qu'il est considéré comme le rhum « normal », « naturel ». « Si le rhum blanc est épuré par rapport au rhum coloré, c'est un peu comme le sucre. Le sucre roux est de qualité supérieure, il est beaucoup plus sain que le sucre blanc. Pour en arriver au sucre blanc, on est amené à avoir des traitements chimiques très divers, très poussés. Il paraît que le rhum blanc, c'est un peu obtenu comme ça » (SOFRES, 1976). Mal connu, d'un usage encore peu commun, le rhum blanc cumule alors deux images contradictoires. D'un côté, il est

⁴ Type dans lequel s'inscrit la création du musée de la canne dans les années quatre-vingts, puis plus récemment la manifestation « la route du sucre », orchestrée par l'Office du tourisme de la ville de Trinité, deux initiatives mal vécues (du moins à leur début) par les acteurs de la filière canne et plus encore, de la filière sucre ; comme expliqué au chapitre VII.

⁵ Etude réalisée sur un panel de 50 consommateurs, répartis dans cinq régions de France.

soupçonné d'être de moins bonne qualité que le rhum ambré, inapte à la consommation directe, du fait d'un taux d'alcool jugé plus fort, à réserver comme base de cocktails. D'un autre côté, il bénéficie de l'image d'un produit encore rare et cher, difficile à trouver ailleurs qu'à Paris, dans les cafés de luxe, d'où un cachet plus valorisant que le rhum ambré. Produit nouveau, il commence tout juste à être en vogue dans les années soixante-dix. Sa consommation est confinée aux personnes jeunes, modernes, raffinées ou aux initiés. L'occasion d'en boire chez soi est rare, sa consommation étant surtout appréciée en boîte de nuit et dans les fêtes, pour stimuler l'ambiance.

Le consommateur français de cette époque ne différencie (approximativement) que rhums blanc et ambré, mais est sensible à la présence de marques. Les rhums « sans marque », vendus sous l'étiquette d'une chaîne commerciale (Inno, Carrefour, etc.) ou sous une dénomination évocatrice (Rhum des corsaires, Rhum des îles, etc.), sont jugés de qualité moyenne, voire inférieure. A l'opposé, les rhums « de marque » sont considérés de qualité supérieure et sont privilégiés pour la consommation de bouche. Une dichotomie d'usages s'instaure à l'intérieur des foyers : une bouteille sans marque dans la cuisine, l'autre de marque dans le bar familial, pour les cocktails ou la dégustation en digestif. Certaines marques jouissent alors d'une notoriété certaine, comme Négrita et Saint-James, au point, pour la première, d'être assimilée au rhum lui-même⁶. « *Je n'y réfléchis même plus. Pour moi acheter du rhum, c'est prendre du Négrita. C'est un peu comme l'histoire de la pointe Bic avec les stylos à bille* » (SOFRES, 1976). Alors que le Négrita fait encore l'objet d'une utilisation diversifiée, le Saint-James est privilégié pour la dégustation. Cette reconnaissance repose sur l'image de tradition dont bénéficie cette marque, confortée par la forme spécifique de sa bouteille. Moyennant cette différence entre produits, qu'en est-il des utilisations du rhum en France à cette époque ?

De son origine aventureuse, mise en parallèle avec ses qualités toniques, le rhum hérite d'une image virile, apte à « corser » tout mélange. Il s'ensuit des usages thérapeutiques comme boisson stimulante, revigorante, allant du *grog*⁷ *stricto sensu*, à l'addition d'une rasade de rhum dans diverses boissons chaudes (café, thé). Ces habitudes surtout saisonnières visent à lutter contre les refroidissements. Bien que non dénuées de plaisir, elles n'exigent pas une qualité rhumière supérieure. Ses caractéristiques aromatiques, surtout appréciées des femmes, font du rhum un ingrédient incontournable pour nombre de préparations culinaires. Son emploi est désormais traditionnel en France pour l'agrément de desserts. Une même bouteille, sans marque ou d'une marque jugée peu prestigieuse, peut servir à la fois aux usages culinaire et thérapeutique. A ces modes de consommation propres au foyer, s'ajoute celui du « petit verre de rhum » dans les bistrotts, relevant de stéréotypes peu laudatifs⁸. Son prix

⁶ Au-delà de l'importance économique de l'entreprise Bardinnet, Danielle BÉGOT (1996) rapporte la renommée du Négrita au succès de l'étiquetage, auquel la firme est restée fidèle depuis plus d'un siècle : « *L'attitude de soumission de la femme qui tend avec déférence un plateau chargé de la lourde bouteille, son sourire docile, la situent clairement dans la hiérarchie des rapports coloniaux qu'implique déjà sa couleur de peau marquée, la raison d'ailleurs du nom Négrita (la petite négresse). [...] Proche de l'esclave, proche de l'Afrique dont elle se sépare par sa tenue vestimentaire simple mais européanisée, elle retient en elle juste ce qu'il faut pour faire flamber l'imagination des consommateurs* ».

⁷ Au XIX^e siècle, dans la Marine britannique, chaque officier comme le plus simple matelot a droit à sa ration quotidienne de rhum. En 1731, l'Amiral Vernon fait couper cette ration avec de l'eau, afin de réduire les problèmes d'ivresse et de discipline, et du citron pour lutter contre le scorbut. Cette mixture est baptisée par les marins « *grog* », du même surnom qu'ils avaient baptisé leur amiral - *old grog* - parce qu'on ne le voyait jamais sans son manteau de gros grain (HUETZ DE LEMPS, 1997). Tel qu'on l'entend aujourd'hui, le *grog* est composé de rhum, d'eau chaude sucrée et de citron. Son utilisation est souvent accompagnée d'aspirine pour en renforcer l'action thérapeutique.

⁸ N'était-ce pas lui que l'on proposait aussi aux condamnés à mort ?

modique, au regard des spiritueux de même type (cognac, armagnac, eaux-de-vie de fruits, whisky), en fait un alcool populaire, voire « populacier », tandis que le stéréotype des marins se transpose au prolétariat ouvrier. L'image du travailleur buvant « cul sec » son petit verre de rhum – évocation à peine voilée de l'alcoolique – en fait une boisson désuète. La nouvelle génération la conçoit mal dans sa vie quotidienne, lui préférant le scotch entre les repas ou le cognac en digestif. La consommation du rhum en digestif est alors peu répandue : seuls s'y adonnent chez eux quelques connaisseurs, sélectionnant à cette fin des marques reconnues de grande qualité (SOFRES, 1976).

En conclusion, la perception et les modes d'utilisation du rhum en France dans les années soixante-dix révèlent le manque d'informations des consommateurs, quant au produit et à sa fabrication. Ces aspects semblent finalement peu intéresser le consommateur français. Savoir reconnaître un bon rhum ne fait pas partie de leur culture, comme savoir reconnaître un bon vin ou un bon cognac. Le produit le plus consommé alors sur ce marché (le rhum industriel) pâtit d'une image vieillissante. *« Ce rhum considéré à tort ou à raison comme un alcool populaire, voire vulgaire est de plus en plus déconsidéré et ne bénéficie pas d'une image avantageuse vis-à-vis des autres alcools, et surtout des alcools étrangers. Il est de plus en plus confiné dans des utilisations limitées : grog, cuisine, pâtisserie »* constatent les professionnels martiniquais (APPERAM, 1974). Le rhum industriel (qui tend à être assimilé au « rhum ») apparaît comme un produit stéréotypé. Il n'est plus en phase avec l'évolution des mœurs.

Parallèlement, se dessinent les prémices d'une mutation, quant aux représentations relatives au rhum et aux types de produits consommés.

1.1.3. Des consommateurs français de plus en plus avertis

Alors que la consommation française du rhum décline, la pénétration du rhum agricole blanc participe au renouvellement de la perception des produits rhumiers sur ce marché. En se référant à la revue *Industries Alimentaires & Agricoles* et aux enquêtes menées auprès des acteurs de la filière, les tendances actuelles sont nettes : sur le marché national, *« le rhum ambré cède du terrain au rhum blanc »* (IAA, 1999 ; p. 11). Le premier a connu une chute de 30% de ses ventes entre 1983 et 1988, avant de se stabiliser au début des années quatre-vingt-dix. Mais ses positions ne cessent de s'éroder et il représente aujourd'hui moins de la moitié des ventes en France. Cette baisse s'explique par un vieillissement relatif de sa clientèle traditionnelle et une moindre utilisation en pâtisserie. Parallèlement, le fameux grog est détrôné par la concurrence de médicaments plus sophistiqués. Le rhum blanc bénéficie de cette évolution et approche les 35% de parts de marché.

Cette croissance reflète une évolution du comportement des consommateurs les plus jeunes. L'esprit de nouveauté et la convivialité favorisent « l'esprit cocktail », dans lequel le rhum blanc – qui bénéficie d'une image plus festive que le rhum ambré – trouve pleinement sa place. A ceci, s'ajoute l'impact touristique, renforcé par la démocratisation des voyages. Le flux de visiteurs a également favorisé la circulation de l'information sur les rhums. Enfin, cette croissance bénéficie du fait que : *« les alcools blancs sont "tendance" »* et *« devraient le rester encore longtemps »*, selon les auteurs. Ils sont déjà les deuxièmes plus gros contributeurs à la croissance du rayon des alcools dans les GMS,

derrière les whiskies (IAA, 2001 ; p. 45). Quant au rhum vieux, il atteint 2% de la consommation française de rhum, malgré la baisse enregistrée par les digestifs. « *Il bénéficie d'une image haut de gamme qui satisfait pleinement les amateurs éclairés d'eaux-de-vie* » (IAA, 1999 ; p. 11).

En conclusion, comme à la Martinique, les modes de consommation en France sont très diversifiés. Mais des niches spécifiques se profilent, à l'intérieur desquelles le rhum AOC Martinique peut se positionner : tant le rhum agricole blanc, jugé par ceux qui l'élaborent comme « *équivalent des meilleures eaux-de-vie françaises (certains lui trouvent une ressemblance avec l'eau-de-vie de poire)* » (APPERAM, 1974), que le rhum agricole vieux. Ce dernier s'apparente volontiers à un alcool noble comme l'Armagnac ou le Cognac et est, à ce titre, de plus en plus apprécié. Ces deux produits gagnent en parts de marché par rapport au rhum ambré, non sans un relais de la consommation à la source (via les Antillais et les touristes). Pour renforcer ce positionnement, quel rôle peut avoir l'ancrage au territoire de ces produits AOC ? Comment cet ancrage est-il mis en exergue dans leur promotion ?

1.2. Promotion collective de l'AOC rhumière à l'exportation

Au regard de l'évolution de la perception du rhum sur le marché français, en rapport avec l'évolution des modes de consommation, il est intéressant de s'interroger sur la façon dont la filière gère aujourd'hui la promotion collective de la qualification rhumière. Cette promotion influe sur la représentation du produit AOC Martinique et s'inscrit dans l'analyse des stratégies des distillateurs.

1.2.1. Des objectifs divergeants, des thèmes réducteurs

Deux campagnes publicitaires sont orchestrées par l'interprofession rhumière dans la presse française, en 1998 et 1999. Vu les potentiels enjeux économiques de l'AOC Martinique, ces deux campagnes nationales paraissent d'emblée insuffisantes. Aux dires des acteurs de la filière rhum agricole, la mise en place de telles campagnes d'envergure se heurte à des difficultés organisationnelles et financières. La coexistence de petites entreprises familiales et de filiales de grands groupes économiques au sein de la filière rhum agricole concoure à une divergence d'objectifs promotionnels, d'où la difficulté à cibler une promotion commune. Le financement des campagnes collectives se fait au prorata des parts de marchés qu'ont les rhumiers sur le segment considéré. Les grandes entreprises, qui représentent l'essentiel des ventes de rhum en France, préfèrent assurer elles-mêmes la promotion de leurs marques, plutôt que de devoir composer et financer la campagne des plus petites unités. Inversement, il est compréhensible que certaines petites unités, réalisant la plus grande part de leur chiffre d'affaires sur le marché intérieur, rechignent à investir dans la promotion à l'exportation. De fait, l'individualisme est manifeste et ne facilite pas l'organisation collective en matière de promotion⁹.

La campagne organisée en 1998 par le SDAORAM fait suite à l'avènement de l'AOC. Elle vise à faire connaître la nouvelle appellation, mais aussi à présenter les marques exportées en France. Comme le montre la figure 34, la carte de la Martinique en arrière plan reflète l'ancrage géographique de l'AOC

⁹ Ce constat s'illustre dès 1978. La profession rhumière de la Martinique n'a pas cru alors aux "vertus" commerciales de la désormais célèbre course à la voile "la Route du Rhum", qui relie Saint-Malo à Pointe-à-Pitre, à la Guadeloupe. Cette Transat en solitaire, organisée tous les quatre ans, a fêté ses vingt ans en 1998, pour sa sixième édition. (Site Route du rhum 2002 ; URL : <http://www.routedurhum.org/>).

rhumière au sein de son terroir originel. Le Syndicat de défense de l'appellation d'origine Martinique manifeste par-là son souhait de promouvoir l'ancrage au terroir de l'AOC et des marques associées : il vise à faire connaître cette nouvelle qualification au grand public français dans toute son authenticité.

Figure 34 : Campagne de presse nationale pour l'AOC Martinique en 1998



Pourriez-vous imaginer un rhum agricole de l'île de la Martinique venant de l'île de France ?



Maintenant, les rhums agricoles de Martinique sont d'Appellation d'Origine Contrôlée.

En 1996, les rhums agricoles de Martinique ont obtenu l'Appellation d'Origine Contrôlée Martinique (A.O.C.). La garantie pour vous que ces rhums sont exclusivement issus du territoire martiniquais et élaborés à partir de cannes sélectionnées, reconnues pour leur richesse et la qualité de leurs sucres. C'est également la garantie d'une production dans le respect des règles de tradition et de réglementation. Les rhums agricoles de la Martinique, issus uniquement de la distillation du jus fermenté de la canne à sucre, sont aujourd'hui des produits reconnus uniques et surtout protégés. Facilement reconnaissables à leurs bouteilles frappées du logo A.O.C. Martinique. Pour que vous soyez sûr de la qualité et de la provenance de ce que vous dégustez.





L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

Source : LSA, le journal de la distribution, n°1563, 40^e année, 4 déc. 1997, pp. 25 et 27.

Figure 35 : Campagne de presse nationale pour l'AOC Martinique en 1999



29° à l'ombre

26° dans l'eau

55° sur glaçons

Savez-vous que les Rhums Agricoles A.O.C. Martinique sont les seuls rhums à jouir de l'Appellation d'Origine Contrôlée ? C'est la reconnaissance officielle pour un produit élaboré exclusivement en Martinique, à partir du jus des cannes issues du terroir martiniquais. Lorsque vous saurez qu'en Martinique, les cannes à sucre sont reconnues pour leur qualité, que les méthodes de distillation y perpétuent un savoir-faire ancestral et que les hommes y veillent au respect de règles strictes tout au long de la production... vous comprendrez pourquoi les rhums "A.O.C. Martinique" excellent, chacun dans leur diversité, un goût et un caractère inimitables. Amateurs avertis ou fins connaisseurs, reconnaissez désormais la qualité et la provenance du rhum que vous dégustez grâce à la mention "A.O.C. Martinique" apposée sur les bouteilles.

Martinique, Terre de Rhum.



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

Source : VSD, n°1093, 6-12 août 1998, p. 49.

En revanche, la seconde campagne publicitaire, réalisée en 1999 par le CODERUM, n'affiche pas les mêmes objectifs. Le degré du rhum est associé à la chaleur des tropiques sur une plage de sable blanc (cf. fig. 35). De tels paysages sont des clichés stéréotypés, de surcroît nullement spécifiques à la Martinique. En conséquence, la corrélation se fait ténue entre la représentation de l'AOC et cette seconde action de promotion. Principalement orchestrée par les grands groupes économiques français – influents au sein du CODERUM – cette dernière valorise l'image exotique du produit, plutôt qu'un ancrage du produit au terroir : les images de sable fin et de cocotiers continuent d'attirer un nombre important de visiteurs. Mais elles ne suffisent plus à satisfaire un autre type de visiteurs, plus sensibles à la dimension patrimoniale des contrées qu'ils explorent. Du « tourisme exotique », la tendance est de plus en plus au « tourisme culturel », comme le souligne Michel Fayad, ex-professeur d'histoire et directeur du musée du rhum : « Face à la mondialisation et à l'uniformisation des modes de vie, le but aujourd'hui d'un voyage touristique est le dépaysement, la recherche des identités propres et des valeurs spécifiques des pays visités » (propos recueillis par Luc LERANDY, 2001). Au regard de cette évolution, la patrimonialisation du rhum agricole n'est-elle pas d'un intérêt majeur, susceptible de combler les attentes qui se font jour ?

1.2.2. Le rhum AOC Martinique : produit de terroir ou produit exotique ?

Cette dimension patrimoniale s'inscrit dans l'histoire, la tradition, la culture martiniquaise. Elle ne manque pas de supports, qui pourraient être exploités pour la promotion de l'AOC ou qui auraient pu être davantage mobilisés pour la qualification elle-même, comme : l'architecture coloniale des anciennes maisons d'habitation (aux liens historiques forts avec le territoire) ou la machine à vapeur assurant l'alimentation énergétique de la distillerie et symbolisant l'industrialisation du XIX^e siècle. La difficulté d'intégrer des aménités territoriales dans la promotion collective de l'AOC Martinique ne tient-elle pas à la superposition d'images contradictoires : produit de terroir ou produit exotique ? Sur place, Michel Fayad semble être le seul à livrer publiquement bataille pour la défense du rhum agricole Martinique en tant que « *pur produit de terroir* » (propos recueillis par S. ZERK, 2001).

En valorisant une image exotique du rhum Martinique, au détriment d'un ancrage produit-terroir, supposé moins porteur en terme de marketing de masse, la qualification semble plutôt conçue comme un logo promotionnel. Cette orientation ne semble pourtant pas en phase avec l'évolution du profil des touristes, pas plus qu'avec celle pressentie sur le marché extérieur. Face aux mutations en cours, la filière rhum agricole ne doit-elle pas valoriser davantage la dimension patrimoniale du produit, en privilégiant parallèlement le haut de gamme ? Une telle orientation suppose tout un travail préalable d'éducation¹⁰, afin de parvenir à une perception moins réductrice de la Martinique que celle donnée par des clichés exotiques se voulant porteurs. Alors seulement est-il envisageable que les acteurs les plus influents de la filière, soucieux d'une promotion trouvant écho auprès des consommateurs, valorisent la dimension patrimoniale de l'AOC et ses liens au territoire. Un tel processus est indiscutablement en marche depuis des années. Mais toute la collectivité martiniquaise est concernée. Le rhum a contribué à faire connaître la Martinique dans le monde entier, à travers des thèmes

¹⁰ Cette éducation progressive du consommateur, conduisant à une demande de plus en plus soucieuse des aspects patrimoniaux et identitaires, s'observe ainsi dans les AOC viticoles.

publicitaires réducteurs (l'aventure liée à la conquête coloniale, l'exotisme, la sensualité des tropiques, etc.). N'est-ce pas maintenant à la Martinique de construire « l'image de son rhum » ?

1.3. Des dénominations peu avantageuses

Les définitions réglementaires mises en place par l'UE et par la France¹¹ ont été abordées au chapitre VI. Si la seconde, plus que la première, offre des dispositions strictes quant à l'ancrage territorial du rhum produit dans les DOM, il n'en reste pas moins que le rhum agricole AOC – pour paraphraser un acteur de la filière, à l'humour caustique – pâtit de deux inconvénients majeurs : s'appeler « rhum » et être qualifié d'« agricole ».

1.3.1. La non-spécificité du mot « rhum »

Comme déjà souligné, le mot « rhum », utilisé pour définir les alcools à base de canne à sucre, ne garantit nullement la spécificité et encore moins la typicité du produit. Le « rhum verschnitt » en Allemagne, la « cachaza » brésilienne, les rhums de mélasses plus ou moins dilués et le rhum agricole produits dans les DOM n'ont pour seul point commun que leur dénomination : « rhum ».

Cette dénomination, mondialement connue, est toutefois associée à une image économiquement porteuse. De sorte que l'eau-de-vie de Martinique a tout naturellement été intégrée à cette gamme des « rhums », avec comme spécificité qu'il ne s'agit pas là d'une « marque de distinction », mais plutôt d'un « signal d'appel » commercial.

1.3.2. Une législation nominale non favorable

La législation française s'est intéressée à la fin des années quatre-vingts à des appellations spécifiques pour les rhums des DOM, afin de les différencier. Il a été retenu la notion de « rhum traditionnel des DOM » pour tous les rhums produits dans ces départements.

En revanche, le rhum de vesou a été nommé officiellement « rhum agricole », en référence à l'utilisation immédiate de la matière première agricole (la canne) dans son processus de fabrication. Quant au rhum de mélasse, il a été associé à l'appellation « rhums traditionnels de sucrerie » (RTS), sous l'impulsion des distillateurs concernés. Ces derniers ont fait jouer l'antériorité de leurs produits, par rapport au rhum de vesou, le jugeant précisément « traditionnels » dans les DOM. Cette dénomination est venue remplacer celle de « rhum industriel » autrefois en usage, bien moins avantageuse. En terme de marketing, les producteurs de rhum agricole n'ont-ils pas perdu là une bataille quant à la reconnaissance qualitative du produit ? Le terme « agricole » reste plutôt dévalorisant dans l'esprit des consommateurs, en soulignant en quelque part le lien à la terre du produit. La profession a cependant obtenu de ne pas mettre cette dénomination sur les marchés anglo-saxons où ce terme ne signifie rien de concret pour les consommateurs.

¹¹ Voir respectivement, pour l'UE et le marché français :

- § 3.1.2. b) Coopération et législation européenne : une politique d'ouverture pour le rhum (p. 362) ;
- § 3.1.3. a) Des définitions réglementaires favorables aux DOM (p. 364).

Certains distillateurs souhaitent que soit adoptée une dénomination particulière, caractéristique de l'île de la Martinique, comme « Rhum de plantation » ou « Rhum d'habitation ». En matière de publicité, ces termes sont effectivement a priori plus vendeurs que la dénomination « agricole ».

1.3.3. Des dénominations sources de confusion

A l'avènement de l'AOC, l'INAO et le Syndicat de défense se sont accordés sur la nécessité que l'AOC rhumière soit nommée à l'image de l'origine géographique du produit, à savoir : AOC « Martinique ». Cette proposition visait à soustraire l'image « agricole » du rhum et d'initier le consommateur vers l'objectif premier de cette démarche : déguster un « Martinique », comme on déguste un « Bordeaux », un « Cognac » ou un « Calvados ». Mais cette proposition n'a finalement pas eu prise, face aux usages en vigueur.

Les rhums de mélasses des DOM sont vendus aujourd'hui sous la dénomination « Rhums traditionnels des Antilles Françaises » et le rhum agricole de Guadeloupe est affiché sous l'AOS « Appellation d'origine Guadeloupe » : des confusions sont susceptibles de perdurer, quant à la représentation en terme de qualité entre ces produits et respective de ces produits et le rhum agricole AOC « Martinique ». Un travail permanent reste à mener pour faire reconnaître les caractéristiques spécifiques de ce dernier. Ce faisant, les tendances en matière de consommation étant actuellement aux produits de terroir, à la recherche d'authenticité, le terme « agricole » pourra peut-être à l'avenir ne plus être un frein marketing, mais devenir un atout.

1.4. Choix entre protection et innovation

En matière de conquête de marchés, les distillateurs s'accordent à dire que les volumes produits sont trop faibles, de même que les moyens financiers de la filière, pour prétendre à une implantation d'envergure à l'étranger. La véritable question n'est-elle pas ailleurs ?

1.4.1. L'assistanat contingentaire : une assurance commerciale ?

Si les distillateurs s'entendent quant à la nécessité d'aborder les nouveaux marchés hors de la sphère nationale, ils ne se montrent pas tous prêts à abandonner les avantages liés à la protection du produit. C'est ce qu'illustre la position du président du CODERUM : « *Nous avons la canne à sucre la plus chère du monde. Notre survie est liée à ces aides qui nous permettent en effet de gommer en partie le différentiel de nos coûts directs par rapport au rhum de mélasse* » (propos recueillis par Christine LAGOUTTE, 1998). En cas de disparition des mesures de protection du rhum traditionnel des DOM (contingentement et fiscalité privilégiée), le CODERUM estime que l'AOC ne pourrait sauver que quelques unités de transformation, mais pas toutes. Selon ce courant de pensées, la stratégie visant à positionner le rhum AOC Martinique comme produit de luxe, qui en tant que tel peut être vendu cher, ne permettrait d'écouler que de « petites quantités ». Encore faut-il pour cela, disposer de réseaux commerciaux très développés, favorisant une commercialisation ailleurs qu'en France. Ceci implique de se confronter à une concurrence plus forte sur les marchés extérieurs, d'où des risques de diminution conséquente de la rentabilité. Selon la majorité des distillateurs, affronter la concurrence avec des avantages qualitatifs sur un marché libre semble une position difficile à tenir à moyen terme.

Le contingent, qui se veut une mesure « temporaire », ne doit-il pas être perçu dans les faits comme une « aide à la filière » et non comme une « protection de la filière » ? Le contingentement des rhums domiens, notamment martiniquais, a placé quasiment toute l'exportation « sous perfusion », allant de pair avec une importante réduction des droits payés sur l'alcool. Les grandes firmes hésitent à investir dans une distribution coûteuse à l'étranger, sachant qu'elles ont la garantie d'expédier autour de 50% de leur volume en France, sous contingent. Les groupes qui disposent d'antennes à l'étranger proposent simplement le rhum martiniquais dans leur gamme, mais ne le positionnent pas comme un produit « leader ». Ce que d'aucuns nomment « *l'assistanat contingentaire* » est à ce jour conçu comme indispensable à la survie de la filière rhum agricole martiniquaise. Pourtant, les dangers encourus par une AOC qui voudrait jouer sur tous les terrains ne sont pas minimes, comme analysé au chapitre XII (§ 2.2). L'autarcie économique qui peut résulter d'une telle conception ne risque-t-elle pas de coûter cher à la profession rhumière, si les privilèges liés au contingentement sont amenés un jour à disparaître ? De plus, ces dispositifs ne constituent-ils pas un frein à l'innovation au sein de la filière, voire à l'expansion d'un produit encore en quête de notoriété pour l'exportation ?

1.4.2. Valorisation de la « french touch » et de la qualité

L'Appellation « Martinique » est censée constituer un « passeport de qualité » à l'exportation sur le marché français, à l'image des appellations viticoles. L'AOC demeure néanmoins un concept très français, un peu connu en Europe grâce au vin (et au concept d'AOP), mais sans impact réel hors UE. Par contre, grâce à la démarche de qualification, le rhum agricole Martinique peut dorénavant se positionner dans la niche des produits haut de gamme, en tant que produits nobles et chers, tels le Cognac ou le Champagne. A ce titre, il bénéficie à l'étranger de l'image très porteuse des produits de luxe « à la française », tirant profit de la fameuse « french touch ». Une distillerie d'un grand groupe économique (type D1) met en avant cette « french touch » pour séduire les consommateurs nord-américains, via son site Internet : « *L'image de [...], plus que jamais, c'est celle de sa qualité : puissante, unie, régulière et... française. Avec [...], en effet, les Français – qu'on sait grands maîtres en alcools nobles – ont montré ce dont ils étaient capables en matière de rhum* ». Désormais témoin du savoir-faire français, le rhum AOC Martinique devient un élément du patrimoine de la France. Le geste très symbolique de l'ancien Premier Ministre, Lionel Jospin, offrant en 2001 une bouteille de rhum vieux Martinique à son homologue britannique, Tony Blair, illustre cette intégration. Ceci va dans le sens de la vision de l'INAO, reflétée par cette assertion de Jean-François BERTRAN DE BALANDA (1999) : « *le produit AOC est considéré comme un élément du patrimoine national qu'il convient de préserver à travers le temps* ».

Ainsi, la valorisation durable de l'image du rhum agricole Martinique sur le marché extérieur ne doit-elle pas s'appuyer sur autre chose que l'AOC ? Celle-ci ne doit-elle pas être relayée par un travail permanent de valorisation du produit vers le haut de gamme ? Cette valorisation est opérée individuellement par certaines entreprises. Le cas de la distillerie JM est à cet égard exemplaire : elle valorise sa faible production à l'exportation sur des niches de marché dites de « luxe », avec une plus-value conséquente. Cette démarche est plus en phase avec la philosophie de l'AOC, en soulignant distinctement l'origine et la typicité du produit. Pourrait-elle être opérante pour les volumes plus importants commercialisés par d'autres acteurs ?

Certaines démarches traduisent cette orchestration de la qualité à l'échelle collective. Il existe par exemple une Académie du rhum¹² ; de même qu'une Confrérie des amis du rhum (distillerie La Mauny). Comme autre illustration, il est possible de mentionner la démarche entreprise en 2000 par les distillateurs pour promouvoir leur produit auprès des sommeliers français invités à la Martinique. Ce travail de construction sociale contribue à augmenter la valeur symbolique du rhum AOC « Martinique », dont Daniel BOULET et Pierre BARTOLI (1995) soulignent l'importance pour le vin (cérémonial religieux, hiérarchie sociale et consommation, différenciation du « goût populaire » et de la haute gastronomie, etc.).

1.4.3. Des stratégies contradictoires pour promouvoir l'AOC Martinique

En conclusion, en écho au chapitre XII, l'analyse des stratégies d'exportation des distillateurs révèle la coexistence de différentes attitudes. Se distinguent ceux qui se « reposent » sur les contingents et considèrent l'AOC comme une fin en soi, sans chercher particulièrement à conquérir les marchés extérieurs, et ceux qui adoptent une stratégie plus offensive, visant à positionner leur rhum comme produit de luxe en dehors de toute protection. Quant aux perspectives de conquête du marché extérieur, les réflexions développées dans les paragraphes précédents conduisent à s'interroger : y a-t-il contradiction entre un fonctionnement à l'abri du contingent et une véritable dynamique de promotion de l'AOC qui permettrait d'aller au-delà ?

Reste à savoir quelle image les distillateurs veulent construire, entre qualité-homogénéité ou typicité-diversité. Peut-il y avoir une seule image du produit, alors que coexistent plusieurs stratégies marketing, selon la taille des entreprises et les marchés qu'elles souhaitent conquérir ? Les stratégies mises en place à la Martinique peuvent-elles limiter la valorisation et la portée de la qualification ?

2. PERCEPTIONS ET PROMOTION DU RHUM ET DE SON APPELLATION A LA MARTINIQUE

Les différences de perception du rhum conduisent à s'interroger sur l'appropriation de la qualification « Martinique » par la société martiniquaise, passant par les divers processus de revalorisation en cours et les stratégies commerciales des distillateurs.

2.1. De la revalorisation culturelle à l'anoblissement du rhum

Long a été le cheminement ayant permis la revalorisation du rhum agricole à la Martinique, puis son « anoblissement » par l'AOC. Ce cheminement est analysé dans les paragraphes suivants, en cherchant à comprendre comment il s'est effectué selon les communautés et les espaces géographiques. Cette analyse s'inscrit en continuité de celle conduite au chapitre VII, où a été décrit la structuration de la société martiniquaise (section 1), ainsi que les représentations et modes de consommation à la Martinique (§ 4.1.3). Elle prolonge aussi la première section de ce chapitre, traitant des mêmes thèmes pour le marché français. Pour mieux comprendre le processus de revalorisation en cours, esquissé au

¹² Cette association (régie par la loi 1901 et dont le siège se trouve à Paris) a remis à Jean-Claude Benoit, Président du SDAORAM – et par ailleurs directeur de la distillerie Saint-James –, le Grand prix de l'Académie du Rhum le 29 novembre 1999, en hommage à son action menée pour l'AOC Martinique.

chapitre VII, il importe de remonter le temps et de préciser le rapport au rhum selon les couches sociales : les Békés, la petite bourgeoisie de couleur et les couches populaires.

2.1.1. Au départ : un sous-produit du sucre dénigré

Dans une première phase, le rhum fait l'objet d'une dévalorisation dans l'espace martiniquais, surtout de la part de la bourgeoisie. Rappelons qu'il ne fut considéré pendant longtemps que comme un sous-produit du sucre : c'était « *le parent pauvre de l'industrie sucrière, quand celle-ci était encore parée du prestige d'une existence plusieurs fois séculaire [...]* », comme le rappellent CAMART-HAYOT et DE LAGUARIGUE (1997). De plus, il était au départ uniquement destiné à la consommation des esclaves, puis des travailleurs noirs. Sa consommation s'étend ensuite aux Blancs créoles, qui, percevant l'intérêt du produit, l'exportent. Mais le rhum pâtit de leur dénigrement jusqu'au milieu du XX^e siècle, tandis qu'ils privilégient des boissons jugées plus « *dignes de leur rang* » : « *rhum c'est boisson de nègre, foutre ! Monsieur n'affectionne que le gin qu'il ne prend qu'en ville, au Cercle des Blancs* », commente un commandeur mulâtre, dans un roman de Raphaël CONFIANT (1994 ; p. 12). Il s'agit là d'une différence fondamentale avec le vin, qui est initialement un produit consommé d'abord par les classes riches. « *Cela tient à son coût mais c'est aussi un héritage sociale et historique, lié à la place acquise par le produit dans les systèmes de distinction sociale et au rôle joué par les groupes dominants dans l'implantation et le maintien des vignes* » (BOULET, BARTOLI, 1995 ; pp. 11-12). Consommer du vin est une occasion pour les couches dominantes de la société de manifester leur supériorité dans le domaine du paraître.

Le positionnement social du rhum est donc au départ à l'exact opposé de celui du vin. A la Martinique, les couches populaires n'ont jamais cessé de consommer du rhum. Cette fidélité peut se lire initialement au regard de la propre dévalorisation dont elles pâtissent, du fait de la stratification socio-ethnique décrite au chapitre VII. Cette double dévalorisation est renforcée par d'importants problèmes d'alcoolisme et les difficultés économiques, accentuées chez la population la plus modeste. Jusqu'aux années soixante, il était impossible de parler du rhum avec fierté dans certaines couches aisées. La petite bourgeoisie de couleur, cherchant à se positionner socialement, affiche alors une relation plus ambiguë vis-à-vis du rhum. C'est précisément dans cette classe, ainsi que dans la communauté blanche, qu'il était nécessaire, fut une période, de se trouver un « prétexte » pour boire du rhum, comme nous l'avons vu dans le poème d'Yva Léro (annexe 2.10). Parallèlement, le rhum martiniquais ne bénéficiait pas non plus d'une conjoncture favorable : non reconnu, il apparaissait de plus en plus étouffé par la forte concurrence internationale.

2.1.2. Une reconnaissance extérieure : détour par le regard de l'« Autre »

Dans une deuxième phase, s'observe une revalorisation du produit, initiée dans l'espace extérieur de commercialisation (démarche marketing de promotion d'un produit exotique). Puis, l'essor pris par le rhum martiniquais au cours de la première guerre mondiale contribue fortement à en faire, en France, un produit réputé : il acquiert une notoriété spectaculaire à l'exportation. Sa valorisation s'est ainsi d'abord effectuée à travers sa reconnaissance sur le marché extérieur au territoire d'origine. Au chapitre VII, en analysant les perceptions des types de sucre (roux et blanc) par les Martiniquais,

référence est faite à ce processus de valorisation par l'extérieur ; un processus qui n'est pas spécifique à la Martinique. Il se retrouve pour d'autres « produits de terroir », comme le cassoulet toulousain, en rapport avec son origine populaire. Cependant, comme bien d'autres processus analysés dans cette thèse, celui-ci prend à la Martinique une connotation et une intensité spécifiques. Pour mieux cerner ces spécificités, il convient de faire appel aux analyses sociologiques, voire psychologiques, de certains comportements propres à la société martiniquaise (et plus précisément à la communauté de couleur) ; des comportements parfois contradictoires, dont l'analyse conduit à approfondir les mécanismes déjà évoqués pour le sucre.

La relation entre les deux cultures que porte en lui le Martiniquais se caractérise par la domination de l'une par l'autre, avec une tendance à la dévalorisation de ce qui vient de soi par rapport à l'extérieur. Cette situation va de pair, pendant trois siècles, avec une attitude quasi généralisée de soumission. Ce constat est fait de longue date par divers auteurs, à commencer par Franz FANON, dans son célèbre ouvrage « Peau noire, masques blancs » (FANON, 1952). Il montre que la reconnaissance extérieure relève de la psychopathologie pour le Noir Antillais sortant de la colonisation : « *Autrui seul peut le valoriser* » ; ou encore « *Les Antillais n'ont pas de valeur propre, ils sont toujours tributaires de l'apparition de l'Autre* ». Son approche de psychanalyste conduit FANON à cette constatation : « *Toute action de l'Antillais passe par l'Autre. Non parce que l'Autre demeure le but final de son action dans la perspective de la communion humaine [...], mais plus simplement parce que c'est l'Autre qui l'affirme dans son besoin de valorisation* » (FANON, 1952 ; pp. 125, 172). C'est dans ce contexte que se lit la dévalorisation dont pâtit au départ le rhum dans l'imaginaire collectif de la majorité des Martiniquais, une dévalorisation renforcée par celle qui touche au monde de la canne (cf. chap. VII).

2.1.3. Une revalorisation en retour dans l'espace intérieur

Cependant, il importe de relativiser ce besoin, qui dépasse le complexe du colonisé : « *Le regard extérieur est nécessaire à tout processus identitaire. Personne ne peut connaître sa propre richesse s'il ne se regarde lui-même avec un prisme ou un miroir particulier : celui d'autrui, d'une altérité extérieure à lui-même* », explique François PLASSARD (2002 . p. 3). Ce paradoxe de la construction identitaire (nécessité d'un écart ou d'un détour) est bien connu, bien que souvent oublié.

Dans le cas du rhum martiniquais, ce n'est que dans une troisième phase que la démarche de valorisation réintègre l'espace intérieur de production, par le retour du regard de l'autre – ceci tout d'abord au sein de la plantocratie, pour laquelle il est source de richesse. C'est précisément ce processus que Michel LOUIS (2000) invite à mobiliser pour revaloriser la production destinée au marché intérieur : « *Toute production est donc aussi une manière de prouver, à soi-même et à l'autre, sa culture, ses savoir-faire, etc. En ce sens, dans le cadre de la production pour soi et pour enfin parvenir à valoriser les résultats, la nécessité revient à envisager non pas seulement la satisfaction du marché intérieur, mais encore et d'abord le détour par le marché extérieur, domaine de l'Autre. La valeur symbolique acquise là, c'est à dire sa valeur comme élément porteur d'une signification sociale, contribuerait à accroître la valeur sociale du produit dans l'espace martiniquais, [...], et de ce fait sa valeur économique* ». Ce processus s'est fait naturellement pour le rhum, avec une séparation des deux types de production, pour le marché intérieur et pour l'exportation.

Ce détour par la perception extérieure rencontre un écho d'autant plus favorable que le rhum n'est plus perçu simplement comme un « produit exotique » : certains acteurs cherchent très tôt à le positionner comme « produit de terroir ». C'est alors que démarre véritablement la revalorisation du rhum à la Martinique, rejoignant la quête identitaire de la population de ce territoire. Car le rhum est aussi le symbole de cette quête, entre les racines historiques et l'honneur bafoué. Aux attitudes de soumission culturelle anciennement prescrites, font suite des attitudes de réaction, qui prennent de l'ampleur à la fin du XX^e siècle. Dans cette mouvance, la revalorisation du rhum repose aussi sur la fidélité des couches populaires. Pour ces consommateurs, il n'y a pas (il n'y a jamais eu) de meilleure boisson que le rhum. Dans les années soixante, cette appropriation allait jusqu'à la défense de la marque de rhum de la commune, tel un étendard, soutenu par un certain chauvinisme régional. Renforcé par cette adhésion populaire, le modèle de valorisation par le détour extérieur est particulièrement valide pour les consommateurs de la petite bourgeoisie : pendant longtemps, ils ne défendaient pas le rhum, lui préférant le whisky ou autre alcool importé. Moyennant ce détour, la couche populaire, qui a fait de la « résistance » aux spiritueux importés, a entraîné les autres à redécouvrir le rhum. Grâce à cette assise sociale élargie, légitimée, une nouvelle relation se tisse entre la population martiniquaise et le rhum.

2.1.4. Une revalorisation indépendante de l'AOC et différenciée

Cependant, la revalorisation du rhum s'est faite indépendamment de la démarche de qualification du rhum agricole et diffère selon le type de produits. La Martinique est aujourd'hui totalement assujettie à l'univers de la consommation et la forte monétarisation se répercute sur les comportements d'achat. La perception d'un produit, quel qu'il soit, est plus que jamais corrélée à sa valeur monétaire. Le rhum vieux, plus onéreux que le blanc, est de fait reconnu comme produit de catégorie supérieure. Ayant acquis ses « lettres de noblesse », il peut plus volontiers que par le passé faire l'objet de « cadeaux », lors d'invitations par exemple. Néanmoins, lors des réceptions, des alcools comme le whisky, le porto ou le champagne, continuent à lui être préféré. Si, comme le vieux, le rhum blanc a été officiellement anobli par l'AOC, il est jusqu'ici davantage consommé pour ses vertus euphorisantes et surtout son caractère convivial, que pour la « noblesse » de son appellation. Alcool de consommation courante à la Martinique, aux antipodes de l'alcool de luxe, le rhum blanc est toujours affublé, en partie, d'une étiquette de produit « bon marché ». Ceci tend à le positionner comme un produit standard sur un marché générique, selon la logique sectorielle dominante chez les distillateurs (cf. chap. XII).

En conclusion, la revalorisation du rhum à la Martinique rentre dans le cadre de la revalorisation par les Antillais de leur culture ; en dépit d'un détour extérieur. Certes, le processus reste limité, avec une différenciation selon les produits, mais il n'en est pas moins significatif : l'image du rhum évolue dans les perceptions martiniquaises, de même que les formes de consommation (par exemple, le « *ti-ponch* » traditionnel n'est plus réservé aux hommes). C'est ainsi que peut se relire la prédominance du rhum dans la consommation familiale d'alcool à la Martinique, décrite au chapitre VII. Le rhum résiste sur le marché intérieur, malgré la diminution d'appétence qui s'y rattache, en rapport avec la modernité et l'envahissement des produits alcooliques importés. Le sociologue y voit une sorte de résistance culturelle, en même temps qu'une résistance au changement, preuves de la désignation du rhum comme « *un bien local propre, partie prenante de notre patrimoine* » (ARMET, 1996). Comment cette reconnaissance se répercute-t-elle sur l'appropriation collective de l'AOC Martinique ?

2.2. Des relations qui n'ont pu s'établir, une appropriation collective avortée

« L'anoblissement officiel » du produit par l'AOC n'a pas véritablement eu d'impact sur la revalorisation du rhum, ni sur sa consommation à la Martinique. Qu'en est-il alors de l'appropriation de l'AOC par la population martiniquaise ? En dehors des Békés, les enquêtes réalisées auprès des consommateurs martiniquais dévoilent des représentations jusqu'ici très controversées de cette AOC : soit elle se révèle méconnue, voire inconnue (y compris chez des petits planteurs canniers) ; soit elle est perçue comme « l'affaire des Békés »¹³. En dehors de la communauté des distillateurs, rares sont ceux qui manifestent ouvertement et sincèrement une fierté vis-à-vis de l'AOC en tant que patrimoine collectif martiniquais, une appellation pour laquelle au final ils se sentent peu concernés. Qu'en est-il en réalité de ce patrimoine collectif ? Comment s'explique cette perception ? Et quelles peuvent être les incidences d'une telle situation ? Trois questions importantes à éclaircir pour évaluer la possible contribution de cette qualification quant au développement cannier et territorial.

2.2.1. L'AOC, « une affaire de Béké » ? : analyse d'une appréciation erronée

L'univers de la canne, et plus spécifiquement du rhum, est longtemps contrôlé en quasi-majorité par la communauté békée. Soucieuse de préserver ses acquis, celle-ci a travaillé à la protection du produit. De fait, la qualification du rhum agricole Martinique est perçue comme correspondant à l'anoblissement d'un produit unique au sein d'un univers dominé socialement et économiquement par les Békés. Certes, ils sont en partie supplantés, depuis une cinquantaine d'années, par les Français qui ont progressivement investi ce secteur. Néanmoins, le rhum n'en continue pas moins à faire la fierté de la plantocratie locale. Indépendamment de la revalorisation culturelle ayant cours sur l'ensemble du territoire, c'est surtout au sein de cette communauté que se ressent le bénéfice de l'anoblissement lié à l'AOC, en termes de représentations.

Les actions collectives de promotion de l'Appellation ont jusqu'ici surtout visé le marché français. Cette prééminence accordée au territoire extérieur, en terme de valorisation, se lit aussi dans l'attitude de la majorité des Martiniquais (en dehors des acteurs du secteur rhumier) : plus encore que sur leur terre natale, ils affichent en France une fierté certaine vis-à-vis du rhum « pays ». Ils s'en font les ambassadeurs et contribuent à développer l'usage du rhum agricole blanc dans l'hexagone, comme nous l'avons vu. Pourtant, à la Martinique, de part et d'autre de la fracture socio-ethnique, tout se passe comme si les différentes communautés admettaient que l'anoblissement du rhum agricole, à travers l'accession à l'AOC, ne participait qu'à la reconnaissance et la valorisation du savoir-faire et du patrimoine béké. Qu'en est-il en réalité ? Qui tient ce type de discours et à qui profite-t-il ? Pour le comprendre, deux composantes sont à différencier, quant à l'élaboration du produit : le capital (béké ou français) et le travail (personnel et savoir-faire martiniquais).

¹³ La majorité des Martiniquais ne font pas véritablement la part, au sein de la filière rhum agricole, entre le poids réel de cette communauté et la pénétration des capitaux métropolitains.

a) *Elaboration du rhum AOC : répartition du savoir-faire et solidarité interne*

L'élaboration du rhum implique le distillateur, à la tête de l'entreprise et détenteur du capital, mais aussi tout le personnel, détenteur du savoir-faire, en particulier les maîtres de colonne, les ouvriers-techniciens chargés de tester la qualité, les goûteurs, les maîtres de chais. Ces derniers sont des éléments essentiels du process : ce sont eux qui donnent la touche finale à la qualité du produit. Comme souligné au chapitre VII, une part conséquente du savoir-faire rhumier se trouve ainsi au sein de la communauté noire. L'ouvrier de base, de même que le technicien ou le spécialiste clé, travaillant souvent de père en fils dans la distillerie, participe culturellement à la production (même s'il est parfois sous-payé). L'encart ci-après reflète le rôle déterminant de l'un de ces acteurs.

Encart 11 : Le maître de colonne, un personnage central dans la distillerie

Impensable de visiter La Favorite, sans rencontrer Alain Lepel. A quarante-sept ans, en paraissant dix de moins, il est le détenteur des secrets de réglage de la colonne. En terme de distillerie agricole, l'un des personnages les plus importants est le « distillateur ». Dénommé aussi « maître de colonne », il a en charge le réglage de la colonne à distiller dite créole ; surveillance minutieuse qui détermine le goût de la marque. On peut changer de canne, voire de terroir ; la colonne est l'âme du rhum et le distillateur son ange gardien. Un poste qui se transmet à la manière des charges notariales, après une longue formation. Ainsi, Alain Lepel a été formé pendant dix ans par René Bolder, l'ancien maître de colonne ; qui lui-même s'était perfectionné avec Yves Chêne¹⁴.

Source : HERSILIE-HÉLOÏSE, 2001 ; p. 8.

L'équipe de production au sein de la distillerie se présente comme solidaire, toutes les parties prenantes de la fabrication ayant leur rôle à jouer. C'est ce qu'illustrent ces propos de Benoit Pillet, directeur général de La Mauny, s'adressant à son personnel lors de l'inauguration de la distillerie rénovée, suite à l'incendie qui l'avait ravagée en 2000 : « *Il s'agit en effet d'une équipe [...] Nous nous devons d'avoir une stratégie et un comportement de leader, et chacun, quel que soit son domaine ou sa compétence, y participera* » (propos recueillis par Karl SIVATTE, 2001). Il existe même une certaine complicité, voire une fraternité, entre l'ouvrier-technicien et le Béké dans l'élaboration du rhum au sein de la distillerie. Particulièrement sensibles à la césure socio-ethnique perdurant au sein de la société martiniquaise, nombre d'intellectuels et de politiciens peuvent ne pas être sensibles à une telle relation. Il importe par conséquent de différencier le discours de ces derniers, qui tendent à relayer la vision selon laquelle le rhum est « une affaire de Békés », de la position des acteurs populaires¹⁵ : « *Ronm-lan sé bagay nou-menm. Sé nou ensanm, Nèg épi Bétjé, ka fè'y. Fòk nou défann-li !* » (« *Le rhum, c'est notre affaire à nous. C'est nous ensemble, les Noirs et le Békés, qui le fabriquons. Nous devons le défendre !* »). De même que les couches populaires sont restées de fidèles consommateurs du rhum, elles contribuent de façon décisive à son élaboration. D'ailleurs, avec la demande de technicité accrue, une proportion croissante de martiniquais diplômés participe à la

¹⁴ Ancien directeur de la distillerie Trois-Rivières et actuel président du SDAORAM.

¹⁵ Ces acteurs de la distillerie sont aussi le plus souvent issus des couches populaires et fidèles consommateurs du produit (voir plus loin), d'où une appropriation d'autant plus forte.

démarche qualité accompagnant l'AOC, que ce soit au sein des distilleries, au CTCS et/ou, plus ponctuellement, dans les jurys de dégustation pour l'agrément des rhums.

Le rhum AOC est donc bel et bien le résultat de l'intervention de tous ces participants, liés par une sorte de fraternité interne (surtout dans la distillerie). A ce titre, il s'inscrit dans une construction collective martiniquaise. A quoi tient donc le discours selon lequel l'AOC Martinique relèverait uniquement de « *l'affaire des Békés* » ou tout au moins de celle des distillateurs ? Cette expression se retrouve dans le secteur bananier. A propos de l'émergence, grâce à la banane, d'une petite bourgeoisie de couleur, côtoyant professionnellement certains Békés, le journaliste Pascal MARGUERITE (1994) déplore l'amnésie collective : « *Cette situation est de nos jours malheureusement oubliée et autorise une appréciation erronée de la question bananière, trop souvent perçue socialement, comme une "affaire de Békés"* ». La même « amnésie » a-t-elle lieu pour la question rhumière ?

b) Tentative de détournement d'un bien collectif

Par définition, le SDAORAM est un syndicat de copropriétaires de la propriété collective représentée par l'AOC. Du point de vue des retombées directes, ce sont ces copropriétaires (et plus précisément les distillateurs, dans le cas de la Martinique) qui sont amenés à gérer et à recueillir la plus-value de la qualification, qui se présente comme un bien de club, comme nous l'avons vu avec TORRE (1998). Toutefois, cette vision se recoupe avec une approche plus large, selon laquelle l'AOC apparaît comme un élément du patrimoine territorial. Qu'en est-il en pratique ?

Nous avons vu que le rhum n'est pas le produit de l'« aristocratie » blanche, ni des seuls Békés. C'est avant tout et fondamentalement un bien collectif, car chacun, selon sa situation sociale, participe à son élaboration, à sa qualité. C'est peut-être même l'un des seuls produits agro-alimentaires véritablement martiniquais, en terme de fabrication¹⁶. Cependant, le groupe béké et français cherche à détourner ce bien pour se l'approprier, comme si le rhum, comme si l'AOC était effectivement d'abord « *leur affaire* ». Ce groupe dominant étant propriétaire du capital industriel, il se considère propriétaire de l'appellation rhumière. Cet accaparement sur le plan économique explique mieux la réserve de certains Martiniquais, qui perçoivent l'AOC comme un « label à l'exportation », dont la plus-value ne bénéficie qu'à une infime frange de la population.

En conclusion, en dépit des évolutions en cours pour passer « d'une AOC de distillateurs à une AOC de filière », jusqu'ici l'Appellation Martinique n'est pas une construction de filière, ni un projet de société. La faible promotion faite localement à l'AOC fait écho à la gestion en « sous-club » de sa construction (cf. chap. XII), mettant en exergue son caractère confidentiel, voire opaque. Les grandes décisions, notamment sur le plan commercial, sont souvent prises à huit clos. L'interprofession se félicite de ne pas avoir à gérer de conflits sociaux réguliers. Dans un climat social difficile à la Martinique, l'objectif semble être de « *ne pas faire de vague* ». Ne s'agit-il pas surtout de préserver cette stabilité pour sauvegarder les intérêts de chacun, voire d'éviter que les avantages de l'AOC ne

¹⁶ On ne peut en dire autant pour le sucre : bien que la matière première soit également produite intégralement à la Martinique, le savoir-faire des cuiseurs du Guyana est mobilisé à chaque campagne.

soient redistribués à un trop grand nombre de personnes ? Tout se passe comme si la vigilance était de mise pour ne pas éveiller les curiosités. Les distillateurs seraient-ils avant tout soucieux de rester les seuls bénéficiaires de l'AOC, tout en continuant à profiter des subventions et autres avantages fiscaux ? Ces réflexions renvoient à celle du chapitre VII, quant à l'acceptabilité sociale de certaines situations et au final à leur pérennité : ne faudra-t-il pas, tôt ou tard, que tous ceux qui participent à l'élaboration du produit, bénéficient de la réussite de l'AOC, de ses retombées, ceci d'abord à l'intérieur de la distillerie, puis aussi à l'extérieur (planteurs et ouvriers-techniciens agricoles, etc.) ?

2.2.2. Un produit emblématique : différences de perceptions pour les uns et les autres

À la Martinique, la dimension identitaire de la production cannière s'est « officiellement » concrétisée dans le rhum agricole, à travers l'AOC. Plus que jamais, il apparaît logique, au regard des développements précédents sur la forte connotation identitaire du rhum agricole, de le considérer véritablement comme un produit emblématique du territoire. Alors ingénieur au SDAORAM, Bruno RIOTTE (1998 ; p. 103) souligne que : « *Il faut [...] s'attendre à ce que le gain de notoriété du rhum agricole de la Martinique auprès du consommateur [sous-entendu extérieur] bénéficie à la renommée de l'île, au terroir de laquelle les saveurs de ce produit sont liées* ». Dans la pratique, il apparaît que cette évidence n'est pas partagée également par tous ou, tout au moins, que tout ne soit pas (encore) mis en œuvre pour favoriser ce caractère emblématique du rhum Martinique.

Individuellement, il arrive que cette approche soit admise par les uns ou les autres à la Martinique. A titre d'exemple, l'encart 12 témoigne d'une certaine appropriation du rhum comme patrimoine commun.

Encart 12 : Appropriation du rhum comme élément du patrimoine ou promotion touristique ?

*« Il est dit de mon île qu'elle est Terre de Métissages, cela est !
Il est dit aussi qu'elle est terre de Rhum !
De tout ce que ce seul mot peut véhiculer d'images,
de goûts et d'aventures, d'envies et de rêves,
il n'est de Terre, à ma connaissance, qui ait donné plus de diversité,
de beauté et d'ennoblissement à ce divin breuvage.
Puisse chacun en le découvrant, en le dégustant
réaliser des rêves les plus intimes et enfouis
et surtout croiser le désir de rencontrer ses hommes,
j'allais dire ses sujets.
Je t'aime Martinique, Terre du vrai Rhum.
Je t'aime Martinique, Terre du noble Rhum ».*

Source : Ralph Thamar, Artiste - Chevalier de l'Académie du Rhum (en préface du site Internet Madirhum)

Il est aussi possible de relever sur un site Internet consacré à la Martinique : « *Les Antilles sont le lieu de prédilection du rhum. De tous les rhums devrait-on dire. Car, si pour les touristes il représente une boisson de quelques jours et le cadeau de retour tout trouvé, il constitue ici la boisson de base, indispensable à la vie de tous les jours. Le rhum aux Antilles ce n'est pas seulement une boisson. C'est aussi un patrimoine culturel et ethnique, une culture intrinsèque.* »

Source : DESIGN MART, 2001

Même si la connotation promotionnelle, tournée vers l'acheteur extérieur, en fausse quelque peu la portée, de telles prises de position rendent compte d'une évolution en cours. Des approches similaires peuvent se rencontrer çà et là à la Martinique, en particulier auprès de certains intellectuels, qui se projettent davantage sur le long terme.

2.3. Stratégies de promotion individuelles et collectives à la Martinique

Au-delà de quelques prises de position individuelles, qu'en est-il de la promotion et de l'appropriation de l'AOC sur son territoire ?

2.3.1. Le manque d'appropriation collective et de promotion locale : des occasions perdues

Toutes les distilleries ont investi individuellement pour mettre en valeur leur site et attirer les visiteurs. Toutefois, depuis l'avènement de la qualification rhumière en 1996, le constat est sans ambiguïté : elle est peu promotionnée sur le marché martiniquais. Selon les distillateurs, cet état de fait est supposé n'avoir que peu d'incidences sur la consommation antillaise. Cette analyse se comprend au regard des comportements d'achats des Martiniquais sur place. Mais n'y a-t-il pas d'autres répercussions à attendre d'un travail de promotion de l'AOC à la Martinique ?

a) *La manne touristique*

Malgré le bilan aujourd'hui mitigé du secteur touristique à la Martinique, comme relevé au chapitre I, celui-ci a connu une forte extension à la fin du XX^e siècle : le flux de touristes a quasiment doublé en une dizaine d'années, selon les estimations de l'Agence régionale du tourisme de la Martinique. Ce flux oscille, malgré les difficultés actuelles du secteur, autour de un million de personnes par an (IEDOM, 2001 ; p. 84). Certes, la clientèle demeure peu diversifiée (cf. tableau 97). Mais ce qui peut s'avérer un handicap sur le plan purement touristique peut constituer un avantage pour l'impact de la qualification rhumière, sachant que l'AOC est un concept auquel est surtout sensible le consommateur français.

Tableau 97 : Provenance des touristes de séjour en 1998

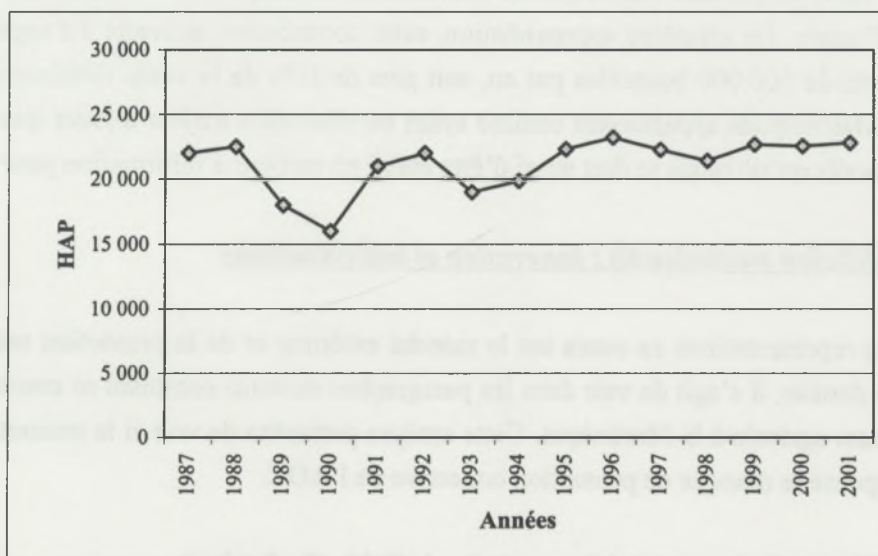
Provenance	Pourcentage
France	80,1%
Europe (hors France)	5,0%
Caraïbe	10,4%
Etats-Unis	3,1%
Reste du monde	1,4%

Source : Agence régionale du tourisme de la Martinique (ARDTM).

L'effet « touriste » sur la commercialisation locale du rhum est difficile à apprécier : les achats des touristes sont confondus avec ceux de la clientèle martiniquaise. Les distillateurs font l'hypothèse que chaque touriste repart en moyenne avec une ou deux bouteilles de rhum (une de blanc, une de vieux,

par exemple). Ces achats représenteraient près de un million à un million et demi de bouteilles, soit environ 25 à 35% des 4 120 000 litres commercialisés sur le marché intérieur (CODERUM).

Graphique 53 : Evolution de la vente de rhum traditionnel à la Martinique



Remarque : la distinction entre rhum agricole et rhum de sucrerie n'est pas disponible
D'après : Données CODERUM ; Douanes.

Alors que la consommation martiniquaise stagne ou n'évolue que très lentement (cf. graphique 53), que les générations actuelles consomment moins de rhum, la niche constituée par la vente sur site aux touristes et autres visiteurs (ventes indirectes à l'exportation) constitue un potentiel considérable. Ce potentiel est renforcé par les achats des Martiniquais, tandis que les flux et reflux vers la France augmentent.

b) Les Martiniquais : une « courroie de transmission » de l'AOC négligée

La population martiniquaise, dans son ensemble, est à même de constituer un important vecteur de diffusion du rhum sur le marché d'exportation. Dès les années soixante-dix, ce rôle apparaît : « *Ce sont surtout les Martiniquais qui boivent du rhum blanc. En France, on n'en voit pas beaucoup encore. Ils le boivent d'une manière bizarre : ils mettent du citron vert et du miel* » (SOFRES, 1976). Ce rôle n'a fait que s'amplifier depuis : « *La croissance du rhum blanc s'explique également par la présence en métropole d'une importante communauté originaire des départements d'outre-mer et par le succès du Ti-Punch, souvenir nostalgique des touristes ayant goûté aux plaisirs des îles...* » (IAA, 1999 ; p. 11). Une récente enquête, citée par Mathias BINI et Olivier MANIOC (2001 ; p. 21), commandée par les professionnels du rhum des DOM, a été réalisée sur le marché français. Il en ressort que la clientèle privilégiée du rhum s'y décompose en deux catégories : les quelque 800 000 Domiens basés dans l'hexagone et les Français ayant effectué un séjour dans les DOM. Cependant, la propension à consommer du rhum de ces derniers s'estompe quelques mois après leur séjour « *initiatique* ». La première catégorie de consommateurs, que sont les ressortissants domiens, est importante à double titre : elle est pérenne et constitue un relais pour la seconde.

De plus, dans la « vente indirecte à l'exportation » il importe de ne pas négliger le rôle des Martiniquais (ceux qui vivent en France – les « Négropolitains » – comme ceux qui partent pour un séjour)¹⁷. A la veille d'un départ, ils emportent toujours du rhum : pas seulement une ou deux bouteille(s) comme les touristes, mais souvent cinq à dix, voire un carton de douze. Puis, en dehors des voyages, les colis postaux vers la France sont rarement exempts de rhum, surtout à l'approche des fêtes de fin d'année. En grossière approximation, cette contribution indirecte à l'exportation pourrait représenter près de 500 000 bouteilles par an, soit plus de 10% de la vente intérieure. Partant de ces constats, les Martiniquais apparaissent comme ayant un rôle-relais majeur à jouer quant à la vente du rhum AOC, tandis qu'un relais se doit aussi d'être établi en matière d'information pour les touristes.

2.3.2. A l'échelon martiniquais : innovation et individualisme

Au regard des représentations en cours sur le marché extérieur et de la promotion collective mise en place pour ce dernier, il s'agit de voir dans les paragraphes suivants comment se construit aujourd'hui l'image du rhum agricole à la Martinique. Cette analyse permettra de voir si la promotion individuelle du rhum compense le manque de promotion collective de l'AOC.

a) Une évolution quant à la promotion individuelle du rhum

De la fin du XIX^e au milieu du XX^e siècle, les entreprises impliquées dans la production ou la distribution du rhum n'ont pas véritablement pris en compte, dans leur politique marketing, le marché martiniquais. Sur ce dernier, le rhum règne alors sans partage et les mécanismes d'achat sont surtout guidés par les habitudes ancestrales, avec, pour chaque distillerie, une clientèle privilégiée rattachée à la commune. Les étiquetages s'y résument à cette époque à la marque de fabrique, avec de simples initiales ou de modestes réclames illustrées¹⁸. Comme nous l'avons vu dans la première section du présent chapitre (§ 1.1.1), la question de l'étiquetage a fortement évolué depuis. Le développement de l'embouteillage sur les lieux de production a conduit à des étiquettes communes sur les deux marchés, intérieur et extérieur¹⁹.

Avec la concurrence accrue sur le marché intérieur et l'évolution des formes de distribution (comme analysé au chapitre XII), toutes les distilleries de la Martinique ont fait d'importants efforts marketing ces dernières années. Depuis l'avènement de la qualification en 1996, l'effort s'est redoublé quant à la présentation des produits, notamment la forme et surtout l'étiquetage des bouteilles. Plus encore que pour les rhums blancs, cet effort est particulièrement visible pour les rhums vieux. Cette diversification en matière de présentation est renforcée par une recherche supplémentaire en terme de « packaging » : des coffrets ornementés associent rhums blancs, vieux, élevés sous bois, sirop ; divers accessoires à l'effigie des marques sont accolés aux bouteilles (verres, cuillères en bois, etc.). L'effort se porte enfin sur la gamme offerte à la commercialisation, notamment en matière de rhum vieux :

¹⁷ Le fait que cette contribution n'ait pas été signalée par les distillateurs lors des enquêtes laisse sous-entendre qu'elle est peut-être (volontairement ?) sous-évaluée.

¹⁸ Archives départementales de la Martinique, citées par BÉGOT (1994).

¹⁹ Rappelons que, mis à part le cas particulier du Old Nick, destiné uniquement à l'exportation, les autres marques sont désormais toutes embouteillées sur place, au moins en partie.

quasiment toutes les marques présentent des millésimes ou des cuvées spéciales, de même que des rhums élevés sous bois. Un distillateur enquêté résume de la sorte l'objectif visé à travers cette démarche : « *le rhum aura réussi sa démarche marketing, quand il disposera d'un linéaire aussi diversifié que le whisky* » ; un objectif visé aussi pour l'exportation.

A ces initiatives sur les plans marketing et packaging, s'ajoutent d'autres innovations, dont la commercialisation par la distillerie Clément d'un rhum « monovariétal » à l'image des vins de cépages, à l'issue de la campagne 2000. Il est fort probable que le fait que la réduction soit dans ce cas effectuée très progressivement (sur près d'un an, au lieu de trois mois habituellement) soit beaucoup aux caractéristiques aromatiques du rhum, peut-être plus que son caractère monovariétal. Quoiqu'il en soit, ce produit a fait l'objet d'une très importante promotion, illustrée par les deux extraits d'articles de presse ci-dessous²⁰ : les 12 000 bouteilles du premier lot ont été vendues en moins d'une semaine. Les « cuvées » 2001 et 2002 ont été tout autant appréciées, faisant du rhum Canne Bleue, le rhum actuellement à la mode à la Martinique. Avec un lancement à la même date dans le monde entier (le 1^{er} décembre), la promotion orchestrée autour de la sortie annuelle du produit rappelle le scénario mis en place pour le « Beaujolais nouveau »²¹. Ce travail de diversification paraît contribuer à la valorisation de la matière première, ce à quoi pourrait adhérer l'INAO. Mais peut-on véritablement s'en réjouir ? Au-delà des réserves qui ont pu être émises quant à la validité du caractère monovariétal du produit, d'autres se dessinent. Cette innovation ne va-t-elle pas à l'encontre d'une certaine image de l'AOC « Martinique », conçue comme une somme de diversités (une conception qui repose jusqu'ici, en partie, sur le caractère traditionnel plurivariétal du rhum agricole) ? De fait, l'interprofession, qui n'a pas été consultée à ce propos, s'inquiète des possibles répercussions de cette innovation : elle ne souhaite pas que l'AOC « Martinique » se transforme en une mosaïque de rhums monovariétaux, au risque de lui voir perdre une part de sa spécificité. Mais l'inquiétude ne tient-elle pas surtout, pour certains, au jeu de la concurrence ? Cette démarche illustre en tous cas les efforts individuels des distillateurs pour la promotion individuelle des marques de rhum à la Martinique.

b) Un manque de coordination dans l'intégration des aménités territoriales

Au-delà de la forte connotation patrimoniale du rhum, tout se passe comme si l'intégration des aménités territoriales qui s'y rapportent avait du mal à se faire dans la promotion collective, comme noté pour la campagne publicitaire de 1999. Il n'en va pas de même à l'échelon individuel, où chaque entreprise cherche à se distinguer d'une façon ou d'une autre, alors que les guerres commerciales sont de mise (cf. chap. XII). Cependant, l'intégration de certaines aménités, relatives à l'habitation ou la plantation, donne lieu à moult interrogations. L'adresse indiquée sur l'étiquette correspond-elle au lieu de l'habitation historique de la marque, de la plantation de canne ou du lieu actuel de distillation ? Face au vide réglementaire qui persiste à ce propos, certaines entreprises continuent d'acheter ou de produire du rhum dans diverses communes, en mettant en avant l'habitation historique originelle, qui

²⁰ « C'est une première dans le monde et c'est en Martinique que cette innovation a vu le jour ! Les Rhums Clément ont réussi à produire un rhum agricole de cépage bénéficiant d'une AOC : Appellation d'Origine Contrôlée » (CHILLAN N., 2000). « Ce rhum est issu d'une canne particulière désignée par les spécialistes sous le nom de canne bleue, dont les caractéristiques ont permis la création d'une ligne de produit et d'un label reconnaissable par une densité et une diversité aromatique particulièrement intéressante » (CARAÏBES WEBDO, 2000).

²¹ La dernière « cuvée » est de 50 000 bouteilles, réparties à parts égales entre le marché intérieur et l'exportation.

se trouve parfois à l'opposé de l'île. De telles pratiques, sources de confusion, ne sont-elles pas en contradiction avec la volonté de rassurer le consommateur sur l'authenticité du produit ? Car, au-delà de la mention du territoire insulaire, la précision du lieu de production et de transformation de la canne participe aussi à l'origine exacte du produit final. Dans une perspective d'évolution vers des sous-appellations, la profession se doit de statuer sur cet ancrage régional en terme d'étiquetage.

Des ambiguïtés subsistent également quant à la codification du nombre d'années de vieillissement, après les trois ans obligatoires en fûts. Cette codification reste jusqu'ici à la libre appréciation de l'entreprise. Ainsi, trouve-t-on sur le marché des rhums V.O. (Very Old), correspondant théoriquement à trois ans minimum, V.S.O.P. (Very Special Old Product) ou X.O. (Extra Old), correspondant à six ans minimum de vieillissement. Ces terminologies cohabitent avec des mentions explicitant le nombre d'années (du type « 6 ans d'âge », « 10 ans d'âge », etc.) et avec d'autres mentions totalement obscures, à l'image des rhums « Hors d'âge ». Par ailleurs, les critères de définition des « millésimes » restent totalement personnels, conduisant les uns à les rattacher à des stratégies commerciales, plus qu'à des données climatiques. Ces pratiques sont amenées à s'inscrire dans une plus grande rigueur afin de préserver la crédibilité de l'AOC Martinique.

Aucune règle n'a donc pu être validée à ce jour par le Syndicat quant à l'étiquetage des bouteilles. De multiples ambiguïtés demeurent. Le contrôle de l'AOC « Martinique » passe par une grande vigilance conjointe de la part du SDAORAM, du Service des douanes, ainsi que de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). Mais les contrôles sont jugés jusqu'ici insuffisants par quelques professionnels, qui se plaignent d'un certain laxisme. Certes, ces procédures de contrôles sont encore naissantes, ce qui peut expliquer les dysfonctionnements observés. Néanmoins, la stratégie de certaines unités et le manque de coordination collective ne risquent-ils pas de s'avérer nuisibles à terme pour l'image de l'Appellation ? Les entreprises qui ne jouent par la carte de l'authenticité dans l'incorporation des aménités ne risquent-elles pas de perdre en crédibilité auprès du consommateur, de plus en plus averti ? Ces pratiques laissent à penser qu'il faudra encore du temps pour que toute la profession adhère à la philosophie d'une AOC et statue collectivement sur tout ce qui s'y rapporte, dans la perspective d'un véritable ancrage au territoire.

Les actions de promotion collective, que ce soit du rhum en général et plus encore de l'AOC rhumière, restent rares sur le territoire martiniquais. Il n'existe pas jusqu'ici de « route du rhum » reliant les distilleries agricoles, ni de « forfaits visites » incluant plusieurs distilleries, voire de stands collectifs de rhums dans les hôtels ou les foires, encore moins de coffrets de bouteilles de différentes marques (même sous forme de mignonnettes). Rares sont les points de vente (hors GMS) spécialisés sur le rhum : seulement trois en 2000, dont l'un a entre-temps fermé (à Fort-de-France). Seule une marque de rhum a investi dans un musée qui traite du rhum agricole dans son ensemble et seul l'ouvrage « Martinique, Terre de rhum » (CAMART-HAYOT, DE LAGUARIGUE, 1997) semble avoir fédéré localement la profession autour de l'AOC jusqu'en cette campagne 2002. Chaque marque s'attelle à sa propre promotion à grands renforts publicitaires et les « guerres commerciales » restent virulentes. Tout se passe comme si l'AOC n'était jusqu'ici valorisée uniquement en tant que garantie économique.

2.4. L'AOC : un outil de promotion pour le territoire non pris en compte

Concernant cette faible valorisation de l'appellation à l'échelon martiniquais, aux stratégies individuelles de la majorité des distilleries, fait pendant la position des structures décisionnelles du tourisme et autres administratifs.

2.4.1. Un manque de relais par les institutions martiniquaises

L'appellation Martinique n'est jusqu'ici pas prise en compte comme un bien public à l'échelle de la société martiniquaise. Seuls quelques intellectuels semblent y voir réellement un intérêt majeur pour le pays et son économie. Pourtant, n'est-il pas légitime d'attendre de ce signe de différenciation qu'il permette, à terme, une prise de conscience collective des valeurs qu'il incarne localement ?

Les organismes touristiques²², les collectivités locales ou autres représentants de l'île, individuels ou investis d'une mission publique, en grande majorité, ne font pas écho à une promotion de la Martinique comme « Terre de Rhum », pas plus qu'ils ne se font le relais de la promotion du rhum. Comment expliquer ce constat ? Michel FAYAD (2000) déplore l'absence chronique de toute représentativité des rhumiers dans les structures de promotion touristique à la Martinique. Selon ce passionné du rhum : « *Les responsables du tourisme à la Martinique ne semblent pas véritablement prendre conscience de l'enjeu économique que représentent la valorisation et la promotion du rhum de la Martinique dans le cadre global de notre politique touristique* ». En serait-il de même pour toutes les instances décisionnelles dans l'île, susceptibles de favoriser l'embranchement vers une dynamique réciproque rhum AOC / Martinique ? Il est vrai que le rhum (et surtout le rhum blanc) continue à véhiculer l'image d'alcoolisme, dans lequel il a historiquement contribué à faire sombrer une partie de la population (un point socialement sensible, évoqué au chapitre VII). De sorte qu'il subsiste une certaine méfiance vis-à-vis du rhum en général et un désir de contrôle par les instances publiques. Est-ce uniquement ce qui freine l'engagement des collectivités et autres institutions martiniquaises dans la promotion de l'AOC Martinique ?

2.4.2. Interférence politique : positions vis-à-vis du tourisme et du secteur cannier

Dans les années soixante-dix, alors que l'industrie sucrière martiniquaise se fait de plus en plus moribonde, une campagne publicitaire de grande envergure est lancée par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) sur le thème « Martinique, Terre de Rhum ». Elle s'inscrit dans le cadre de la « départementalisation économique » initiée alors par le Président français, Giscard d'Estain, faisant suite à la « départementalisation sociale ». Les panneaux publicitaires se multiplient d'un point à l'autre de l'île. Mais cette campagne est très mal perçue par les Martiniquais, signifiant pour eux la fin des usines sucrières. Alors que la CCI s'est fortement impliquée dans cette initiative, les syndicats communistes du Sud, alors puissants et soutenant les petits travailleurs de la canne, s'y opposent. La

²² A titre d'illustration, il est possible de visiter le site de l'Office départemental du tourisme de la Martinique (ODTM).

Celui-ci ne mentionne la canne qu'à travers l'évocation de l'existence de la maison de la canne au Trois-Ilets (musée départemental). Aucune évocation du patrimoine historique rattaché à la canne, l'usine du Galion ou les distilleries, ni aucune mention à l'AOC « Martinique » ne sont faites.

lecture politique de cette campagne pour le rhum, qui voulait sortir de la donne conservatrice traditionnelle, en aura fait un véritable fiasco.

Dans les années quatre-vingts, l'idéologie politique dominante consiste à voir dans la canne, « *la production qui a servi à enrichir les Békés* ». Ce courant de pensée pousse à considérer que ces derniers n'ont laissé à la population que « *ce qui n'est plus rentable* », qu'« *il est temps de passer à autre chose* », que « *la canne a fait son temps* ». Il semble alors admis dans les sphères politiques et intellectuelles que la canne est condamnée. Toutefois, des mutations capitales se sont mises en place avec l'AOC, partant de la volonté de quelques leaders, faisant de l'année 1996, une année charnière dans le devenir de la production cannière martiniquaise : une rupture. Celle-ci est précédée d'une période de méfiance de la plupart des acteurs de la filière, dans la phase préliminaire de construction (1990-1995). Durant cette première phase, les professionnels (et surtout les planteurs) ont davantage subi l'Appellation. A suivi, après l'avènement de l'AOC, une période de découverte durant laquelle de nombreux investissements sont opérés pour la modernisation de la filière, en particulier des distilleries (1996-1999). Durant cette période intermédiaire, les distillateurs et certains planteurs ont petit à petit commencé à assumer l'AOC (certains plus que d'autres). Depuis 2000, la filière semble entrée dans une troisième phase, où l'optimisme est davantage de rigueur : l'ensemble des distillateurs, ainsi que les planteurs les plus dynamiques, « *jouent le jeu* » de l'AOC, tout un chacun étant désormais convaincu que « *l'on peut gagner de l'argent avec la canne* ». A l'approche conservatrice, a succédé une approche moderne : aujourd'hui, les principaux acteurs de la filière rhum agricole (distillateurs, moyens et grands planteurs, voire même certains petits producteurs) se présentent pour la plupart comme des entrepreneurs engagés dans la qualité. Le rhum agricole Martinique n'est plus un simple produit commercial classique, mais un produit de qualité, un produit sophistiqué et, de plus en plus, il tend à devenir un produit de luxe. Ainsi, si pendant longtemps, producteurs et distillateurs n'étaient pas portés vers le modernisme, l'évolution est inéluctablement en marche. Elle s'accompagne d'un réveil culturel, comme en témoigne l'aménagement du petit train reliant le musée de la canne à celui de la banane (Sainte-Marie) ou la multiplication des espaces aménagés pour l'accueil des visiteurs dans les distilleries. Pourtant, cette évolution en cours ne semble pas suffire à enclencher l'appropriation de l'AOC « Martinique » par la majorité des Martiniquais.

2.4.3. Des intérêts réciproques d'une appropriation collective de l'AOC

Cette non-appropriation, ainsi que la faible valorisation de l'AOC sur le marché intérieur, sont révélatrices d'un manque « d'ancrage au territoire » et, par voie de fait, d'une faille dans la construction de l'AOC. N'y a-t-il pas des avantages qui pourraient être autrement exploités pour l'ensemble de la filière rhum agricole et, réciproquement, pour l'ensemble du territoire, si tous les Martiniquais portaient au flambeau le rhum « Martinique » ?

L'ensemble de la collectivité martiniquaise contribue à façonner une image particulière du territoire (l'histoire, la culture, le patrimoine, etc.). Dans le cadre de l'AOC ? Le produit est identifié à cette image que se forge le consommateur du territoire d'origine du produit (PECQUEUR, 2001). Cette image est utilisée comme bien collectif par les distillateurs, au même titre que les externalités qui peuvent être tirées d'aménités environnementales (paysage, qualité de l'air, de l'eau, etc.). Elle vient renforcer

l'image de qualité intrinsèque du produit. En retour, l'AOC génère des externalités utilisables par d'autres produits (l'image de la Martinique, « Terre de rhum », la valorisation du savoir-faire local, etc.) et donc favorables au développement territorial. Ces externalités réciproques constituent un « panier de biens », comme l'entend Bernard PECQUEUR (2001).

Quant à la valorisation de ce panier de biens, les inconvénients de la situation actuelle sont de trois ordres. D'une part, le slogan « Martinique, Terre de rhum » n'est valorisé que par les distillateurs, sans coordination avec les instances régionales. Son impact risque par conséquent d'être limité. A terme, cela peut aussi réduire la portée de l'AOC, du fait d'une construction sociale trop restreinte autour de ce signe d'identification. D'autre part, concernant les décideurs à l'échelon du territoire, le bénéfice de l'image « Martinique, Terre de rhum », en terme de construction identitaire pour l'ensemble du territoire, n'est pas complètement mis à profit. Pourtant, à long terme, les perspectives de retombées (sur le plan touristique, artisanal, etc.) ne manquent pas. Une partie de l'économie martiniquaise pourrait tirer parti de l'effet « haut de gamme » du rhum Martinique. Toute la collectivité martiniquaise supporte, plus ou moins directement, les coûts de la qualification rhumière, à travers les subventions octroyées aux distillateurs, à travers l'implication de tous les acteurs de la filière rhum agricole dans l'élaboration du produit final. Faute de s'approprier les gains de son action (même indirecte), il y a là pour la collectivité martiniquaise une opportunité de profit qui n'a pas à ce jour été complètement saisie. Enfin, pour l'ensemble des Martiniquais, la non-appropriation de l'AOC « Martinique » constitue une double occasion manquée : celle de se réapproprier une partie de son histoire, de son patrimoine, et celle de voir un projet collectif contribuer à une dynamique commune, à un élan général qui semble jusqu'ici manquer à la Martinique, comme soulevé dans la problématique.

Une telle appropriation ne peut que renforcer la réciprocité des effets bénéfiques entre : le développement durable de la production cannière et de ses industries, d'une part, et celui du territoire Martinique, d'autre part. La prise en compte de ces réciprocités, faisant converger intérêts collectifs et individuels, pourrait peut-être contribuer à faire évoluer la situation. Les formes de représentations sont importantes quant au soutien que la société martiniquaise manifeste à l'égard des productions cannière, sucrière et rhumière de l'île. De ces représentations dépendent non seulement l'engagement de certains acteurs directs et, en particulier, des petits et moyens planteurs, mais aussi le soutien des institutions publiques. Dans cette perspective, les petites entreprises familiales de la filière ont probablement là encore un rôle déterminant à jouer. Du fait de l'ancrage jusqu'à ce jour de leur capital au territoire, plus que les autres, elles peuvent plus facilement être « investies » d'une dimension collective pour toute la société.

3. D'UNE AOC MARTINIQUE A UNE AOC MARTINQUAISE

Le lien identitaire fort entre le rhum agricole et le territoire Martinique pourrait contribuer à asseoir, d'une part, la commercialisation du produit et, d'autre part, le développement du territoire, au bénéfice de tous les acteurs. Les limites pour les uns et les autres, engendrées par la non-appropriation de l'AOC par l'ensemble de la population martiniquaise, amènent à en rechercher les causes.

3.1. Des blocages induits par une triple césure

Pourquoi l'AOC n'a-t-elle pas contribué davantage à renforcer le lien identitaire entre le rhum et le territoire, via la population martiniquaise ? Ceci peut s'expliquer par la persistance de blocages, induits par une triple césure, en rapport avec : la structuration de la société martiniquaise ; le découplage entre logique sectorielle industrielle et appartenance territoriale ; la segmentation du marché rhumier et des stratégies de valorisation commerciale.

3.1.1. Césure socio-ethnique : un frein à l'appropriation collective de l'AOC Martinique

Quel est l'impact de la césure socio-ethnique perdurant au sein de la société martiniquaise sur le manque d'appropriation de l'AOC « Martinique » par l'ensemble de cette société ? Comme nous l'avons vu tout au long de cette thèse, la canne est à la base de la genèse de toute la société martiniquaise, tant du point de vue économique, que social et culturel. De fait, l'histoire de la canne, du sucre et du rhum, se confond avec l'histoire de la Martinique elle-même. Pourtant, jusqu'à récemment, cette histoire, notamment celle du rhum, avait du mal à être valorisée au niveau touristique et au niveau de la démarche marketing des distilleries. Cette valorisation des dimensions historique et culturelle de la canne et de ses produits ne se fait que depuis une dizaine d'années.

L'économie de la canne, du sucre et du rhum est née à la Martinique d'une relation passionnelle et conflictuelle, suite à la douloureuse histoire coloniale de ce territoire et au passé esclavagiste. De fait, la dimension historique du rhum avait tendance à être occultée. Chacune des composantes de la société martiniquaise semblait avoir du mal à en parler légitimement. Vu leur responsabilité dans le drame antillais, les Blancs créoles ont du mal à assumer le rôle de porte-flambeau sur la scène martiniquaise pour valoriser cette histoire du rhum. Il en va de même pour la composante noire de la population, pour laquelle cette histoire apparaît peu glorieuse, lourde d'amertume et de rancœurs. Cette seconde composante de la société martiniquaise n'y trouvait pas de légitime fierté et pouvait donc également difficilement valoriser cette histoire²³. A la fierté bretonne ou basque, n'oppose-t-on pas une « susceptibilité martiniquaise », qui se traduit par une sorte de rejet de son passé et de son histoire ? Au sein du territoire national français, la révolution française de 1789 a permis de rompre la hiérarchie existant entre la noblesse et le tiers Etat. Elle a de ce fait probablement favorisé une ré-appropriation collective du patrimoine hérité de l'aristocratie par l'ensemble de la société française, comme on l'observe pour le Champagne par exemple. Rien de tel n'a eu lieu pour la société martiniquaise. Les divers événements socio-politiques depuis la colonisation (qu'il s'agisse des guerres, de la révolution de 1789, de l'abolition de l'esclavage ou de la départementalisation) n'ont nullement perturbé les rapports de force. Cette exception martiniquaise a été mise en exergue aux chapitres II et VII. L'ordre social établi s'est perpétué à travers les siècles.

²³ Dans cette trame sociale complexe, le rhum AOC Martinique semble avoir trouvé en la personne de Michel Fayad son seul véritable porte-parole à ce jour, de façon consensuelle. Ce fait tient probablement en la spécificité de son positionnement ethnique (de mère martiniquaise et de père syro-libanais), à la charnière entre les principales communautés de l'île – outre les engagements personnels de l'homme et sa situation professionnelle stratégique, en tant que directeur du musée du rhum. Historien de formation, Michel Fayad a repris en 1992 la direction de ce musée, rattaché à la distillerie Saint-James. Créée en 1980, cette structure n'était au départ qu'une buvette pour les employés de la distillerie, avec pour mission annexe la vente de rhum aux personnes de passage. La reprise de cette structure dans un esprit nouveau a fortement contribué à impulser une meilleure connaissance du rhum agricole en général à la Martinique.

La césure sociale est donc renforcée par la césure ethnique. Toutes deux persistantes, elles apparaissent comme un frein à une appropriation collective de l'AOC rhumière, en tant que patrimoine commun à l'ensemble de la société martiniquaise²⁴. Ce double clivage est plus généralement un handicap pour la mise en place d'une véritable cohérence de dynamique territoriale.

3.1.2. Césure entre logique sectorielle et appartenance à un territoire

Si la production de rhum agricole est perçue localement comme dominée par la plantocratie martiniquaise, l'analyse du jeu des acteurs montre que ce sont surtout des groupes français qui la dirigent. La démarche des responsables de ces groupes extérieurs au territoire insulaire relève fondamentalement de stratégies économiques. Qu'elles soient à dominante sectorielle ou territoriale, n'y manque-t-il pas un élément ?

Michaël POUZENC (1999), en soulignant que l'appropriation de l'espace contribue au développement de l'identité socio-culturelle d'un groupe, rappelle que le territoire peut être aussi conçu comme « *quelque chose que l'on intègre comme partie de soi* ». En effet, « *il ne se réduit pas [...] aux lieux fréquentés : il y faut quelque chose de plus et d'abord les sentiments d'appartenance* » (BRUNET et al., 1992 ; cité par POUZENC, 1999). L'appartenance à un territoire est facteur de construction identitaire. Elle permet à un individu de se reconnaître dans un groupe social, bien qu'on puisse se reconnaître dans plusieurs territoires et plusieurs groupes à la fois. Quoi qu'il en soit, cette reconnaissance dans un territoire, cette référence à l'identité, n'est-elle pas synonyme d'un attachement d'autant plus fort au patrimoine ? Ne contribue-t-elle pas à un investissement humain d'autant plus grand pour sa sauvegarde ou sa valorisation ?

L'on peut penser que ce facteur d'appartenance ou pas au territoire, à l'échelle individuelle, peut renforcer le dynamisme des petites entreprises et la valorisation du produit. Ce peut être le cas pour la motivation de certains acteurs oeuvrant à la Martinique, que ce soit dans la production, la transformation ou l'accompagnement de la filière. Puis, un acteur initialement extérieur au territoire insulaire et qui y séjourne de nombreuses années peut finir par se reconnaître comme appartenant à ce territoire. Ce sentiment d'appartenance peut se mettre en place d'autant plus vite que s'effectue parallèlement une intégration à un groupe social. L'obtention de l'AOC Martinique est véritablement permise par l'adhésion à la démarche des groupes extérieurs, sachant que les responsables des distilleries concernés sont pour la plupart des Français ayant un long vécu à la Martinique et bénéficiant de liens forts avec les Blancs créoles. Bien qu'issues de l'extérieur, ces personnalités, en faisant la liaison avec l'échelon local, contribuent à enraciner la démarche de qualification dans le territoire, au-delà de l'origine du capital social des entreprises. C'est ainsi que l'on a pu voir des acteurs non originaires de la Martinique porter avec conviction le projet de qualification. Cette construction repose notamment sur un leader, feu Jean-Pierre Bourdillon, faisant d'elle une de ces expériences dont on peut dire avec Jean-Pierre PROD'HOMME (2001 ; p. 40) : « *A leur tête, il y a le plus souvent l'homme quasi providentiel, un leader plus ou moins charismatique [...] qui a conjugué*

²⁴ La complexité de ces questions de représentations est accrue par (ou vient renforcer ?) le fait que, jusqu'ici, la production de rhum AOC est encore fortement perçue à la Martinique comme étant « l'affaire des Békés ».

une fine analyse du territoire concerné et une intuition forte sur les voies de son devenir. Ce leader est en quelque sorte à l'articulation de deux réseaux : extérieur – là où il va puiser informations et soutiens, y compris financiers – et interne – c'est-à-dire le petit groupe d'élus et de responsables locaux qui partagent le projet, ou plus simplement font confiance et suivent ». Parlant de tels exemples de développement local, PROD'HOMME ajoute que : « Dans des cas semblables [...], existe une assez forte identification du territoire au leader [...] ». Or précisément, dans le cas de l'expérience de qualification à la Martinique, cette identification ne se fait pas. Les leaders sont extérieurs au territoire²⁵. Du fait de cette situation, l'implication dans la dimension territoriale du projet ne tend-elle pas d'autant plus vite à se diluer au fur et à mesure de l'importance des enjeux économiques ? L'engagement dans une stratégie d'entreprise dite territoriale, en incluant la dimension patrimoniale d'un produit, peut-elle se satisfaire d'une seule argumentation économique ?

3.1.3. Césure spatiale entre lieu de production et lieu de promotion de l'AOC

En plus de la double notion d'appartenance territoriale et de référence identitaire des acteurs dominants de la filière, une troisième césure apparaît déterminante. Elle concerne la séparation entre le lieu de production du rhum agricole et le lieu de promotion de l'AOC Martinique. En dépit de la récente revalorisation à l'échelon martiniquais, qui n'est toutefois pas achevée, le lieu de promotion collective (interprofessionnelle) de l'appellation est resté extérieur. De plus, cette promotion était surtout axée sur l'exotisme, une orientation à mettre en rapport avec le type de tourisme ayant longtemps prévalu aux Antilles.

Fut une époque où prédominait en Martinique un tourisme haut de gamme, du fait de la cherté des voyages. La clientèle d'élite sociale ainsi sélectionnée ne voyait dans la destination Martinique qu'une pourvoyeuse de soleil et d'exotisme facile, sans plus de recherche sur la culture et les mœurs. Alors que, depuis toujours, le peuple martiniquais est à la recherche d'une valorisation identitaire, d'une « Reconnaissance », et qu'il vit parallèlement la présence de « l'Autre » comme naturelle, cette forme de tourisme ne lui permettait pas de répondre à ses besoins profonds. En retour, ce tourisme haut de gamme ne permettait pas non plus aux Martiniquais (de couleur) de se mettre en avant, leur mission se réduisant pour l'essentiel en services au sein des structures hôtelières. Il n'était valorisant ni pour le touriste, ni pour le Martiniquais, ne favorisant nulle communication entre les deux. A ce contexte, s'ajoute le fait que le tourisme ne bénéficiait pas d'une image favorable dans la classe politique martiniquaise avant les années soixante. Face à un recul de l'économie productive du territoire, existait une crainte de voir se substituer totalement le tourisme à cette économie. Cette évolution était perçue, selon le contexte d'alors, comme risquant d'accentuer la dépendance de l'île vis-à-vis des pays d'origine des touristes (et donc notamment de la France). De sorte que la politique touristique n'était guère encouragée.

²⁵ Le nouveau directeur général de La Mauny, Benoit Pillet, a pris la suite de Jean-Pierre Bourdillon – tous deux issus de l'hexagone : « Nous sommes fiers de continuer l'action de Jean-Pierre Bourdillon qui a tellement fait pour l'AOC Martinique. Cette distinction parmi les rhums de toutes provenances est notre meilleure arme pour le futur » (propos recueillis par Karl SIVATTE, 2001).

Depuis, la vision politique a évolué, de même que les formes de tourisme. Plus que jamais, le contexte socio-culturel semble favorable pour sortir définitivement le rhum agricole martiniquais de l'image d'un « produit exotique » pour en faire véritablement un « produit de terroir »²⁶. Au regard de cette évolution, une reconsidération de la troisième césure – entre lieux de production et de promotion de l'AOC – pourrait-elle favoriser l'appropriation de la qualification « Martinique » par l'ensemble de la société martiniquaise ? Cette reconsidération ne peut être que relative. Philippe SAHUC et Claude WISNER-BOURGEOIS (2001 ; p. 90) soulignent en effet : « *Les produits du terroir pourraient servir d'emblèmes à des dynamiques locales [...]. Ils pourraient même constituer le lointain panache ralliant ceux qui ont quitté la localité. Pour autant, ils n'échappent pas aux règles du marché. Les stratégies de promotion, autant que les conditions d'accès aux normes définissant les labels et les appellations contrôlées, sont davantage du registre du global que du local* ».

3.2. Identité et territoire : une problématique non spécifique à la Martinique

Dans la seconde partie, l'analyse de la dimension sociale a permis de souligner la complexité de la construction sur laquelle repose le vécu martiniquais. Nous rejoignons le socio-anthropologue Louis-Félix OZIER-LAFONTAINE (1999), lorsqu'il explique dans son ouvrage « Martinique, la société vulnérable », que : « [...] *c'est surtout sur le terrain de l'identité que naissent et se nourrissent les expériences de malaises vécues dans les secteurs politiques, économiques et sociaux* ». Cette sous-section vise à revenir brièvement sur l'évolution des perceptions relatives à l'identité martiniquaise, à travers quelques courants littéraires, avant de relativiser les particularités martiniquaises.

3.2.1. Différence entre le « nombrilisme » et l'existence au monde

Le mouvement de la Négritude, initié dans les années trente par Aimé Césaire, Léopold Sédar Senghor et Léon-Gontran Damas, visait à affirmer la grandeur de l'histoire et de la civilisation noire face au monde occidental qui les avait jusque-là dévalorisées. Il s'agissait de faire de l'identité nègre et de l'ensemble des valeurs culturelles du monde noir une source de fierté. Tandis que ce mouvement de revalorisation continue à s'étendre et à imprégner, entre autres, la société martiniquaise, se pose la question de l'identité antillaise. Depuis, Édouard Glissant a forgé le concept d'Antillanité dans les années soixante. Partant du diagnostic selon lequel la société antillaise souffre d'avoir subi une politique de colonisation « réussie », il propose un remède : la quête de l'identité antillaise. Pour cela, il prône la ré-appropriation de l'espace, accaparé par les colons, et de l'histoire, occultée par la période de l'esclavage. « *L'Antillanité est une volonté de reconstituer les déchirures sociales, de remplir les trous de la mémoire collective et d'établir des relations hors du modèle métropolitain* » (GLISSANT, 1993). Le concept d'Antillanité est aujourd'hui prolongé par celui de créolité, valorisant le métissage des sociétés créoles (BERNABÉ et al., 1989).

Félix OZIER-LAFONTAINE (1999) explique que si l'évocation des mots « identité martiniquaise » ne soulève plus les rejets massifs d'autrefois, les stratégies d'évitement sont encore nombreuses. Le fait d'en parler peut être considéré comme inutile, archaïque, voire dérisoire, sous prétexte que c'est la modernité et l'espace-monde qui sont à l'ordre du jour. La volonté de conscientisation ou de renforcement identitaire tend à être taxée de dangereuse car « *nombriliste, réductionniste et même*

²⁶ Comme nous l'avons vu avec Michel Fayad, à la première section du présent chapitre (§ 1.2.2).

sénescente », comme si la communauté insulaire était exposée à des risques de fermeture. Pourtant, l'aire culturelle Caraïbe et particulièrement celle des DFA n'est-elle pas plutôt exposée aux risques de dilution, d'effacement culturel, du fait des importants brassages qui l'ont toujours caractérisée, mais aussi du fait des rapports de forces culturels mondiaux ? Sans épiloguer sur le poids des standards culturels dominants, ni sur les séquelles de l'idéologie coloniale, retenons que l'affirmation de l'identité martiniquaise est devenue terrain d'interrogation. Ce passage initiatique est reconnu comme nécessaire pour pérenniser son existence et sa relation au monde ; même si « *la somme des mécanismes de défense qui gênent, contre-courant ou parasitent le libre accès à ces clarifications identitaires est infinie et sans cesse en reproduction* » (OZIER-LAFONTAINE, 1999 ; p. 208).

3.2.2. Une question complexe, à la fois universelle et unique

En considérant, une fois de plus, que la mutation que connaît la Martinique peut n'être qu'une transfiguration décuplée, avec l'effet de loupe lié à l'insularité, de ce qui se passe dans nombre de régions de par le monde, cette situation peut plus facilement être relativisée. N'est-elle pas en proie à des processus de décomposition-recomposition du territoire, avec des renouvellements de stratégies d'acteurs, comme l'a étudié Michaël POUZENC (1999) dans les zones rurales de Midi-Pyrénées ? Les difficultés à affirmer une identité territoriale sont exacerbées à l'heure où la mobilité des personnes, des biens, de l'information, appelle à un renouvellement des repères liés à l'espace. Cette problématique, si elle trouve une forte résonance en milieu insulaire, se retrouve pour l'aménagement du territoire national, comme en témoigne cette interrogation de Pierre Veltz : « *Comment rendre lisible et compatible avec l'espace vécu des gens, intimement marqué par les solidarités territoriales, ce nouvel espace-réseau, générateur de brassages multiples mais aussi d'inquiétude et de brouillage identitaire ?* » (cité par POUZENC, 1999). Ce qui est vécu par certains comme une spécificité à la Martinique mérite d'être relativisé par rapport au reste du monde (cf. encart 13).

Encart 13 : Deux mondes en souffrance qui s'excluent

Dans une guerre économique exacerbée pour des parts de marché, comme autrefois des territoires quand la "reconnaissance" était liée à la propriété de la terre plus qu'à l'argent, deux mondes en souffrance se côtoient dans les pays industrialisés sans se comprendre.

Les uns toujours dans l'urgence, héros guerriers ou travailleurs stressés (management par le stress oblige !) tentent de compenser par une consommation de type mimétique, l'angoisse d'une vie qui a perdu son sens et ses repères. On savait le primate humain adaptable, mais à condition que le rythme des changements et innovations qu'on lui impose n'excède pas celui de la production symbolique de sens, de normes et d'usages qui exigent une temporalité étalée sur plusieurs générations. Les autres exclus d'un travail (en régression en nombre d'heures travaillées dans tous les pays industrialisés) et donc d'un revenu, de précarité en précarité, tentent de résister à la spirale du repli et de l'enfermement en réponse à un monde dans lequel ils se sentent de plus en plus étrangers. [...]

La boucle est ainsi bouclée entre deux mondes étrangers l'un à l'autre, se renvoyant réciproquement la culpabilité de son propre malheur, mais participant ensemble d'une grande dépression et implosion sociale à l'œuvre dont nul ne connaît l'aboutissement.

Source : PLASSARD, 1999
Extrait de « Le développement humain et le temps choisi »

3.3. Une AOC identitaire pour le développement ?

A l'heure de la mondialisation, synonyme pour les uns de menace de « standardisation culturelle », le sentiment de voir s'affaiblir le rôle du territoire dans la construction identitaire donne lieu en réaction à des revendications de la spécificité du groupe. L'appartenance à un territoire peut ainsi stimuler la mobilisation sociale. Dans cette perspective, le parallèle peut être effectué avec la charge identitaire véhiculée par la canne et ses produits, notamment le rhum agricole AOC (MBOLIDI-BARON et *al.*, 2001). La dimension emblématique de cette appellation peut-elle être valorisée comme élément de la construction territoriale, voire du développement durable du territoire ?

3.3.1. Une construction qui a su dépasser « l'individualisme »

La construction sociale ayant permis d'accéder à l'appellation Martinique repose sur des réseaux non-marchands à forte assise territoriale. Cette coordination à la base de l'AOC a été difficile à mettre en place. Elle se révèle d'autant plus méritoire dans une société marquée du sceau de l'individualisme, bien que celui-ci transparaisse çà et là dans la démarche de qualification. Un individualisme, dont Michel LOUIS (2000) souligne que, « [...] en tant que tendance à voir l'individu comme être suprême dans tous les domaines de la vie en société, [il] a été, dès l'origine de la formation sociale, l'un des piliers de son développement [...] ». Cet auteur poursuit : « Par ailleurs, l'individualisme, masqué durant l'esclavage par une solidarité de fait mais de survie, s'affirmera dès qu'il s'agira de vie et ces pratiques solidaires auront alors tendance à se "folkloriser". D'où la difficulté ici à traduire toute nécessité de coopération en réalité concrète. D'où la difficulté réelle de toute union en vue d'un objectif commun d'intérêt général transcendant l'intérêt particulier » (LOUIS, 2000).

A ce titre, la démarche d'accession à l'AOC « Martinique » constitue un exemple où la coopération s'est traduite en une réalité concrète. Cependant, l'intérêt général qui a pu guider cette démarche s'arrête à celui des grands groupes économiques de la filière rhum agricole. La coordination repose sur l'engagement de groupes français, aux côtés des groupes locaux et des entreprises familiales, avec une prise de conscience croissante des enjeux économiques pouvant être associés à la stratégie AOC. Le risque que font planer les stratégies sectorielles de certaines unités semble tempéré par le rôle de leader de quelques personnalités clés de la filière : celles-ci cherchent à valoriser la prise en compte du territoire dans la stratégie collective de qualité. Les formes de coordination à l'échelle territoriale entre acteurs privés (réseau relationnel, transmission des savoir-faire ancestraux, capacité d'innovation, etc.) constituent ainsi l'une des forces majeures de la construction actuelle. Quant au caractère « catégoriel » de cette construction, l'engagement récent de quelques moyens planteurs aux côtés des distillateurs, les principaux artisans de l'AOC « Martinique », tend à en faire davantage une construction collective de filière. Cet élargissement sera-t-il suffisant ?

3.3.2. Ancrage au territoire et appropriation collective : quelles perspectives ?

Pour certains acteurs politiques, « le développement durable, c'est tirer parti de ressources régionales et locales non encore exploitées ou insuffisamment valorisées ; c'est s'ancrer dans le terroir » (Ministère français de l'aménagement du territoire et de l'environnement, 1996). Pour renforcer les avantages de l'AOC Martinique, en terme de développement durable de la canne et du territoire,

comment passer d'une démarche commerciale d'entreprise à une démarche territoriale impliquant l'ensemble de la société martiniquaise ?

a) Positionnement des produits comme « haut de gamme » et logique territoriale

La coordination au sein de la filière rhum agricole ne semble pas garantir jusqu'ici un positionnement clair de tous les produits rhumiers AOC en tant que produits haut de gamme, d'où le risque de voir s'affaiblir l'image de marque de toute la qualification et donc ses impacts positifs. Alors que les pratiques commerciales restent encore difficiles à coordonner, le caractère patrimonial et identitaire du rhum agricole peut constituer un puissant avantage, en tant que facteur d'ancrage au territoire.

Les entreprises pour lesquelles l'intégration de la production et de la transformation permet d'assurer l'auto-provisionnement en canne de la distillerie et, plus encore, les petites entreprises relevant en même temps d'une structure familiale, semblent s'inscrire dans une logique territoriale plus marquée. Tel est le cas des distilleries Neisson et Crassous. Ces entreprises se distinguent par une plus grande prise en compte de certains facteurs territoriaux que sont :

- la valorisation des facteurs du milieu naturel dans la typicité du produit final, avec une reconnaissance des liens variétés-terroir-rhum ;
- la valorisation de la transmission des savoir-faire au niveau familial ;
- une forte mise en valeur des aménités du territoire dans la promotion du produit ;
- le positionnement de leur rhum comme un véritable produit de luxe ;
- l'implication de la population martiniquaise pour asseoir la notoriété du produit rhumier²⁷, avec une approche patrimoniale qui se veut authentique.

En dehors de ces deux exemples, les stratégies individuelles de chaque distillerie intègrent des éléments de cette démarche. Autrement, la mise en scène des aménités territoriales liées à la patrimonialisation du rhum ne semble pas se faire aisément dans la promotion collective du produit ; pas plus que la collectivité martiniquaise ne fait écho à une vision du rhum comme produit emblématique de l'île. En fait, la construction initiale, à travers un objectif économique exclusivement tourné vers le marché d'exportation, a conduit à négliger son ancrage au sein de la population insulaire, en dehors du corporatisme des distillateurs. La revalorisation progressive du rhum à la Martinique s'est faite sans une parfaite corrélation avec l'AOC. Pourtant, la valorisation du patrimoine et de la culture de la Martinique et la prise en compte croissante de l'identité territoriale du rhum agricole peuvent se renforcer mutuellement. Ce faisant, elles peuvent accroître la contribution de la filière canne à l'offre touristique martiniquaise. Ces objectifs s'inscrivent dans une perspective de développement durable du territoire. Ils passent par une appropriation de la qualification par l'ensemble de la population, afin de faire de l'AOC Martinique une AOC martiniquaise.

²⁷ Grâce à un rayonnement à partir de la population carbéssienne pour Neisson et au slogan « Zépòl karé ». Grâce à l'incontournable déplacement sur le site de production pour se procurer une précieuse bouteille de JM, jusqu'à cette dernière décennie (avant sa commercialisation dans les grandes surfaces), et au slogan « Fondal natal » (natif du pays)

b) Une nécessaire mutation sociale ? : espoirs et réalité

Une prise de conscience collective de la nécessité de cette évolution pourrait aider à dépasser les blocages persistants hérités de l'histoire. Au-delà des segmentations qui perdurent, Noirs et Békés se trouvent liés par un passé commun, avec des responsabilités collectives difficiles à assumer. Ces communautés se montrent conscientes de leur interdépendance, dont dépend la stabilité sociale de l'île. Mais la susceptibilité affleure en permanence entre les groupes socio-ethniques, qui s'accordent souvent à désigner la représentation étatique comme responsable des troubles traversés. Dans cet univers composite en mouvement, la culture vient souder la société, comme nous l'avons vu avec l'évocation des travaux de Jean Benoît (BERNABÉ *et al.*, 2000). Et le rhum, élément de culture, à l'instar du créole, est peut-être justement à même de favoriser le rapprochement des membres des différentes communautés. Il lie le passé au présent et peut à ce titre contribuer à la communion de l'ensemble de la société martiniquaise. Trois conditions peuvent favoriser cette communion : le positionnement de la communauté békée dans ses rapports avec le reste de la population ; l'évolution des rapports de force au sein de la filière et de la société ; la relecture et la ré-appropriation de l'histoire par les Martiniquais de couleur.

Les Blancs créoles se voient rappeler leur marginalité, voire leur extériorité par rapport au reste de la population martiniquaise, ceci avec des accents de plus en plus haineux, notamment lors des conflits sociaux. Face à ce constat, André LUCRÈCE (2000 ; p. 171) considère que : « [...] *ce groupe ethnique ne pourra espérer une relation apaisée dans la société martiniquaise, dans laquelle le dialogue n'est déjà pas chose facile, que lorsqu'il aura modifié sa stratégie identitaire. En acceptant d'ouvrir le groupe humain qu'il constitue [...], il contribuera à cicatriser les blessures morales qui se sont accumulées au cours de l'histoire et qui continuent aujourd'hui de s'aviver comme autant de symptômes* ». Edith KOVÁTS-BEAUDOUX (1989 ; p. 115) témoigne de prémices quant à l'ouverture de cette communauté : « *Enfin, on assiste à de nouveaux rapports entre Békés et bourgeoisie de couleur, numériquement plus importante, et dont les Békés reconnaissent la compétence. Au-delà des alliances économiques qui les rapprochent, apparaissent des rapports interpersonnels moins paternalistes que par le passé, "en ville" en particulier. Les mariages entre Békés et Martiniquais de couleur demeurent rares, mais on peut déceler chez certains Blancs une attitude plus souple envers ceux qui ont dérogé à la règle. Bien que le souci de l'unité ethnique demeure primordial, il est aujourd'hui des Békés qui jugent "inévitabile" la montée des mariages entre Martiniquais blancs et de couleur de classe équivalente* ». Peut-on dire pour autant que l'on assiste dès lors à un début de « révolution », dans une société où la hiérarchie de couleur a toujours été de mise ? André LUCRÈCE (*op. cit.* ; p. 180) est pour le moins sceptique : « *Le point de vue selon lequel "les Békés ont changé" est purement et simplement un mythe* ». Les fonctionnements communautaires encore très cloisonnés, ainsi que le manque de reconnaissance persistant de l'ensemble de la population de couleur par les Békés, laissent apparaître comme lointaines les perspectives d'une véritable cohésion. Pour ces derniers, s'ouvrir aux autres signifie leur disparition en tant que groupe : si des signes sont donnés pour l'apaisement des relations, en vue d'une cohabitation constructive au sein du territoire, l'auto-dilution du groupe Béké est loin d'être à l'ordre du jour.

Il y a certainement plus de perspectives à attendre d'une évolution des rapports de force entre communautés, tant au sein de la filière canne, que de la société en général. La prise de conscience et

l'implication de leurs membres dans les instances décisionnelles peut contribuer à cette évolution. A cet effet, la relecture de l'histoire est nécessaire pour que l'homme de couleur Martiniquais émerge définitivement du mal-être dans lequel il s'enlise. « *Nous sommes aujourd'hui confrontés à la fois au dépassement et à la récupération de notre passé fondateur* » (LUCRÈCE, 2000 ; p. 141). Il s'agit là d'une étape très longue, mais indéniablement en cours. Le temps saura-t-il faire ce qu'aucune révolution n'a pu enclencher ? Cependant, les propositions de voies de sortie ci-dessus ouvertes ne peuvent s'affranchir du difficile débat soulevé par Juliette SMÉRALDA-AMON (2001 ; p. 233) : « *Il s'agit de considérer sous l'angle critique le principe de l'égalité juridique et politique [...], à partir des inégalités que secrète l'ordre culturel (politique, économique et social) qui constitue leur fondement. Car on ne peut parler de relations interethniques et interraciales sans tenir compte de la situation politique de chacun des groupes en présence* ». Les débats en cours sur l'évolution statutaire des DOM viendront-ils changer cette donne à l'avenir ?

c) Ré-appropriation de l'espace et valorisation collective : des prémices

Si la valorisation de l'AOC a jusqu'ici été peu réalisée à la Martinique, comme analysé dans la seconde section de ce chapitre, l'accompagnement de l'AOC pour les Martiniquais s'est malgré tout traduit par une ouverture des distilleries : ils ont enfin investi ces espaces (auparavant assez peu entretenus dans l'optique d'un accueil et incitant peu aux visites), venant accompagner les visiteurs de passage sur l'île. Une curiosité renouvelée se perçoit dans cette démarche. Grâce à cette dynamique, fruit d'actions individuelles dans chaque distillerie ainsi que d'une revalorisation globale du patrimoine martiniquais, une nouvelle intimité se crée entre les Martiniquais et le monde du rhum, entre cette population et le produit lui-même. Certes, la consommation de rhum par habitant a diminué, mais un rapport nouveau semble s'instaurer, plus qualitatif que quantitatif.

Vingt-cinq ans après la première campagne « Martinique, Terre de Rhum », la révolution du rhum est finalement en cours, « sans tambour ni trompette ». Elle s'effectue grâce à l'implication progressive des distillateurs, des planteurs, mais aussi de la population martiniquaise, qui se réapproprie les lieux de la production. Véritablement, une sorte de réconciliation est en cours entre les Martiniquais et cette production rhumière. Et, tout naturellement, le slogan « Martinique, Terre de Rhum » en vient à s'imposer de lui-même. Le rhum agricole Martinique pourra alors peut-être devenir vecteur de pérennité pour l'ensemble de la filière canne et devenir véritablement le symbole de tout un territoire.

CONCLUSION

Après cette reconnaissance, des signes d'espérance pour la production animale maritimes se font jour. Après avoir répondu au cours des trois dernières décennies, la crise causée s'est stabilisée en raison des aides quatre-vingt-dix. Depuis 1997, elle augmente régulièrement, passant de 3 015 en 1997 à environ 3 400 en 2001 (CTE, 2002), soit une augmentation de 12% en cinq ans. Toutefois, la déviation de la production animale à la Méditerranée reste encore importante et celle de la dernière année restera en outre au premier plan. C'est pourquoi une attention particulière sera accordée par les pouvoirs publics à la filière ovine, allant de la filière ovine, allant de la filière ovine et caprine. C'est pourquoi une attention particulière sera accordée par les pouvoirs publics à la filière ovine.

Les données statistiques et techniques sont disponibles sur demande.

Sur le plan méthodologique, cette recherche vise à appliquer de façon opérationnelle une approche pluridisciplinaire et systémique à l'analyse d'un objet complexe, à savoir une production animale marine dans une filière, au sein d'un territoire insulaire. Cette analyse a été menée en prenant comme concept central le concept de durabilité. L'état de la notion de développement durable et des valeurs objectives qu'elle implique, nous avons examiné les conditions de durabilité (environnementales, économiques, sociales) des filières caprines de la région.

Comme dans nombre d'îles de la Caraïbe, anciennes ou encore actuelles « îles à sucre », la production de canne a connu à la Martinique des périodes fastes. Cependant, cette production est handicapée par d'importants aléas climatiques, un relief accidenté, induisant des coûts de production élevés et un passé historique lourd. Tandis que l'économie domienne, depuis la départementalisation en 1946, a été stimulée par l'accroissement des dépenses publiques, le secteur cannier a perdu de l'importance par rapport aux autres branches de l'économie. Pourtant, en dépit des tentatives de diversification, aucune autre spéculation agricole ne paraît jusqu'ici en mesure de se substituer totalement à la canne à la Martinique. Comme les autres grandes productions que sont la banane et l'ananas, les produits de la canne (sucre et rhum) se heurtent à la concurrence des pays à faible coût de main d'œuvre. Par contre, cette culture se distingue des autres spéculations agricoles du fait des liens étroits qui se sont tissés avec la société martiniquaise et son territoire. Ces liens résultent d'une histoire mouvementée, qui s'étale sur plus de trois siècles. Cette histoire s'est traduite par des épisodes successifs de croissance et de repli de la culture, modifiant les rapports sociaux au fil du temps, modelant et transformant le paysage insulaire. La canne a été jusqu'ici omniprésente à la Martinique. Elle constitue véritablement un des éléments fondateurs de ce territoire, en termes d'organisation économique, sociale et culturelle, d'où son importante dimension identitaire. Cette dernière, synonyme d'ancrage au territoire martiniquais, s'est officiellement concrétisée dans l'accession du rhum agricole Martinique au rang d'AOC : un produit qui se voudrait être désormais un emblème de ce territoire.

Avec cette reconnaissance, des signes d'espoirs pour la production cannière martiniquaise se font jour. Après avoir régressé au cours des trois dernières décennies, la sole cannière s'est stabilisée au milieu des années quatre-vingt-dix. Depuis 1997, elle augmente régulièrement, passant de 3 035 ha en 1997 à environ 3 400 ha en 2002 (CTCS, 2002), soit une augmentation de 12% en cinq ans. Pourtant, le devenir de la production cannière à la Martinique reste encore incertain et celui de la dernière usine sucrière est toujours en question. Cette situation socio-économique se traduit par une perception de l'avenir de la filière canne, alliant optimisme et inquiétude. C'est pourquoi nous nous sommes interrogés sur les conditions de durabilité de cette production cannière.

Une démarche pluridisciplinaire et systémique, pour étudier un objet complexe

Sur le plan méthodologique, cette recherche visait à appliquer de façon opératoire une approche pluridisciplinaire et systémique à l'analyse d'un objet complexe, à savoir une production agricole, inscrite dans une filière, au sein d'un territoire insulaire. Cette analyse a été menée en prenant comme concept central le concept de durabilité. Partant de la notion de développement durable et des valeurs-objectifs qu'elle implique, nous avons examiné les conditions de durabilité (environnementales, économiques, sociales) des différentes composantes de la filière.

Etant donné la complexité des liens entre la canne et la Martinique, ce choix méthodologique donne une singularité et une intensité particulières aux thèmes abordés dans notre recherche. En effet, les conditions du développement durable sont d'emblée plus difficiles à atteindre en situation d'insularité, comme le constate le Conseil régional de la Martinique (1996a). L'exiguïté de l'espace étudié, la forte densité de population qui le caractérise, son histoire au cours des derniers siècles, un contexte institutionnel ambigu et de clivages socio-ethniques persistants, font que les questions soulevées prennent ici une résonance très forte. A ceci, s'ajoute le fait que « [...] le processus sociologique en accélération fait de ces sociétés antillaises de véritables laboratoires », comme le souligne André LUCRÈCE (2000), rejoignant le point de vue de Xavier GIZARD (2000), secrétaire général de la Conférence des régions périphériques maritimes d'Europe, lorsqu'il déclare : « Ainsi sont les îles par leur nature-même : un concentré des questions rencontrées plus communément par les régions et les territoires, mais exacerbées ici par les caractéristiques propres à l'insularité. Réussir la réponse aux problèmes qu'elles posent c'est, largement, se doter des bases nécessaires à la résolution de situations plus générales ». De même, l'AOC Rhum est un condensé de questions que toutes les AOC posent.

L'approche pluridisciplinaire mobilisée a permis de prendre en compte successivement les aspects agro-écologiques, économiques, sociologiques et fonciers de la production cannière. Elle a été associée à une démarche systémique, afin de mettre en cohérence les différents « systèmes » constitutifs de la filière canne martiniquaise. Ce faisant, nous nous sommes efforcés de clarifier le sens de termes aussi polysémiques que « qualité », « territoire », « durabilité ». Notre démarche a été guidée par le souci de dépasser les effets de modes que ces termes suscitent. L'objectif était de les rendre opératoires pour réfléchir à l'avenir d'une production agricole telle que la canne à sucre, en considérant que : « L'avenir de l'agriculture ne peut être pensé sans référence au territoire. [...] Mais il est tout aussi clair aujourd'hui que l'avenir de l'agriculture passe également par la qualité des produits et des prestations qu'elle offre à la société » (OSTY, LANDAIS, 1994).

Se pencher sur les conditions de maintien d'une production agricole, dans une perspective de développement durable, se heurte à un certain nombre de limites. Il est en effet difficile de présager des conséquences à long terme du fonctionnement actuel des systèmes concernés, à quelque échelle que ce soit (l'exploitation, la filière, le territoire ou au-delà) et quel que soit le thème abordé. Il est tout aussi difficile de présager de l'évolution des mentalités. Quant aux politiques agricoles à venir, elles ne peuvent être connues de façon certaine, que ce soit sur le plan national ou international, surtout dans le contexte actuel de libéralisation de l'économie mondiale. Toutefois, certaines conditions, plus que d'autres, sont à même de favoriser un développement durable de la production cannière martiniquaise.

Le prix de la tonne de canne à la Martinique étant quasiment gelé depuis neuf ans, le développement de la mécanisation totale de la récolte (passée de 16 à 73% des surfaces en dix ans) a fortement contribué au maintien de cette spéculation, en accroissant la productivité du travail. Mais la rentabilité de la culture ne repose pas seulement sur la productivité de la terre et du travail. Les aides à la production prennent une place croissante dans cette rentabilité (jusqu'à 16% de la marge). Avec les nouvelles orientations de la PAC, ce sont les aides au planteur, intimement liées à la multifonctionnalité de l'exploitation, qui tendent à devenir prépondérantes. S'il n'y a pas une stabilisation du nombre de planteurs, le secteur sucrier, très dépendant de l'aide publique, risque d'être particulièrement affecté. Les derniers chiffres à l'issue de la campagne 2002 font état d'une population de 280 producteurs. Cette hausse (par rapport aux 276 planteurs recensés en 2000 et 2001) peut s'expliquer par une rédéfinition de certaines unités de production, afin de continuer à bénéficier de l'aide sociale, qui a été doublée et dont le seuil a été ramené à 1 000 tonnes (au lieu de 1 500 auparavant). A moyen terme, l'effectif des planteurs va être amené à se restreindre, probablement autour d'une population de l'ordre de 200 personnes. Il semble en effet difficile d'enrayer la disparition de nombre de petits planteurs âgés, installés sur de très petites parcelles et ayant une conduite traditionnelle de la culture, d'une faible rentabilité. La faible viabilité économique de ces unités compromet leur transmissibilité inter-générationnelle et donc la pérennisation de ces unités, dont le capital de terre agricole est voué tôt ou tard à être déclassé pour être bâti. La poursuite du mouvement de concentration de la production cannière au sein des plus grandes exploitations semble donc inévitable. Mais un espoir subsiste pour le maintien d'unités ayant au moins trois à quatre hectares de canne. Avec de telles surfaces, des agriculteurs en polyculture ou polyculture-élevage, voire des pluriactifs, peuvent de plus en plus facilement accéder à la semi-mécanisation ou à la mécanisation totale de la récolte. Cette possibilité permise par le développement des prestataires de services privés lève la principale contrainte de l'itinéraire technique, en termes de temps et de pénibilité de travail, mais aussi de coût. Il renforce la viabilité et la vivabilité de l'activité canne au sein de systèmes d'activités diversifiés. Comme la DAF paraît décidée à faire appliquer la procédure « terre en friche » et que la demande en canne reste forte, certains propriétaires fonciers sont désormais enclins à planter leur terre en canne, en recourant à la prestation partielle ou totale¹.

Au-delà de la façon dont les planteurs perçoivent et gèrent leur canne, faire référence à la dimension sociale de la production de canne à la Martinique revient à rappeler que cette production participe à l'identité de la Martinique et du peuple martiniquais aujourd'hui. Elle joue sur la façon dont ce dernier se perçoit et sur la façon dont le territoire est perçu, à l'intérieur comme à l'extérieur. La canne est enracinée dans l'histoire, la géographie et l'économie de la Martinique, mais aussi dans son imaginaire collectif. Les mentalités évoluant, les blocages psychologiques qui ont longtemps entravé l'engagement dans la culture de la canne de certains jeunes agriculteurs, sans rattachement familial récent à cette spéculation, tendent à disparaître. La dimension symbolique associée au monde cannier et à tout ce qui s'y rattache est particulièrement forte. Il est possible de dire de lui, ce que Marie-Claude CASSÉ et Anne-Marie GRANIÉ (2000) disent à propos du monde rural en général : « *le rural est*

¹ Systèmes d'activités de types B2 et B3, décrits dans la typologie comme formes d'organisation en extension.

objet de représentation, lieu de construction identitaire, catégorie de l'imaginaire collectif, mais aussi du discours idéologique et politique ». Cependant, vu la charge symbolique de la canne, tout ce qui s'y rapporte va bien au-delà de l'image qui peut être attribuée au rural. Comment transmuter cette charge symbolique et faire de ce qui paraît au départ un handicap, un avantage ? Alors que la société antillaise est en train de reconsidérer son histoire et de revaloriser les éléments patrimoniaux dont elle a hérité, le caractère ancestral de la canne devient un bien précieux et un capital à conserver. La revalorisation de l'image de la canne, de ses métiers, de sa filière, devrait donc stimuler toutes les formes d'engagement visant au maintien de cette production. Il s'agit définitivement pour le Martiniquais de sortir du « complexe de la canne ». Cette revalorisation de la canne et de ses métiers pourrait aussi bénéficier à l'image des produits finis de la filière auprès des consommateurs.

Cependant, ni cette revalorisation, ni l'ouverture offerte par le développement des prestations de services, ne peuvent résoudre le problème foncier posé à la Martinique, du fait du développement plus ou moins anarchique de constructions favorisant une forte spéculation. Toutefois, l'existence de terres disponibles au sein des grandes unités de production de la filière, conduit à penser que la concurrence foncière ne peut remettre en cause, à court ou moyen terme, la durabilité de la production cannière. A ce jour, celle-ci est conditionnée prioritairement par la rentabilité du rhum AOC. N'est-ce pas la demande croissante en matière première des distilleries – et les facilités offertes par ces dernières aux planteurs – qui stimule fortement les nouvelles installations en canne ? L'on assiste ainsi à de multiples conversions en canne de terres jusqu'ici dévolues à la banane, l'élevage extensif ou la friche. Près d'une centaine d'hectares de la sorte ont été plantés en canne dans le Sud de l'île depuis 2000.

Concernant les conditions environnementales de durabilité, la canne présente de grandes capacités de conservation et d'amélioration du sol, qui permettent de compenser l'incidence de maintes pratiques culturales agressives (comme le remodelage). Par ailleurs, les modes de conduite actuels, bien que déterminés par des objectifs productivistes, ne semblent pas mettre en péril la reproductibilité agro-écologique de la production de canne. Ils présentent même d'indéniables intérêts environnementaux, grâce à un usage raisonné d'herbicides et de fertilisants, ainsi qu'à la lutte biologique et à la sélection variétale comme moyens de contrôle phytosanitaire. Comme la production agricole, l'industrie sucrière et rhumière possède aussi des avantages en matière environnementale : en premier lieu, l'utilisation de la bagasse pour l'alimentation énergétique des unités de transformation. De plus, face aux exigences réglementaires de plus en plus strictes, l'évolution en cours vers des processus plus respectueux de l'environnement est amenée à se poursuivre : mises aux normes des installations, contrôle des émissions de gaz, des effluents liquides (vinasse) et des déchets solides (écumes de défécation, excédents de bagasse). Les importants investissements réalisés ces dernières années ont permis le classement de tous les sites industriels de la filière rhum agricole. Cette évolution va aussi dans le sens d'une amélioration de l'image des produits finaux. Toutefois, la situation actuelle traduit davantage une attitude défensive de la filière canne vis-à-vis des exigences environnementales de la société et des institutions publiques, qu'une attitude constructive visant à faire de cette filière un élément de préservation de l'environnement territorial.

Les directives européennes et nationales sur l'environnement se multiplient, prônant l'organisation des acteurs locaux autour de projets allant dans le sens du développement durable. Comment répondre à ce

genre d'incitations et tirer au mieux parti des mesures institutionnelles qui l'accompagnent, pour favoriser le maintien de la production de canne à la Martinique ? Cela pourrait être fait en valorisant mieux la contribution du secteur agro-industriel cannier à la préservation de l'environnement et, en particulier, des paysages. Si le maintien d'un paysage cannier est important pour les habitants de la Martinique comme pour le dynamisme de l'activité touristique, le maintien de la canne contribue aussi à limiter les risques de « bétonisation » de l'île. Sans irrigation, il existe peu d'alternatives agricoles véritablement viables à la canne pour nombre de terres du Sud de la Martinique, alors que la pression foncière s'avère très forte. Or, tout service contribuant à la gestion de l'environnement doit être indemnisé. Il peut l'être : à travers une valorisation du produit final (notamment le rhum agricole AOC) et indirectement de la matière première, la canne ; mais aussi, du fait du caractère en grande partie non marchand de ce service, par une prise en charge par les collectivités, territoriale ou nationale. La réflexion en cours sur les CTE en 2002 à l'échelon national pourrait être l'occasion de réfléchir au niveau de la Martinique à une meilleure prise en compte de la multifonctionnalité de la canne dans de tels dispositifs (rotations culturales, valorisation des sous-produits et rejets de l'industrie cannière pour la ferti-irrigation des champs ou l'alimentation animale, etc.).

Recherche-développement et débouchés industriels pour la canne

Au CTCS, la recherche-développement sur la mécanisation a constitué une orientation privilégiée dans les années soixante et soixante-dix, tandis que la sélection variétale a été pendant cinquante ans un axe majeur du programme agronomique du Centre. L'analyse des pratiques des planteurs et leur évaluation en terme de durabilité ont révélé l'importance de l'évolution vers une mécanisation croissante des séquences de l'itinéraire technique. La mécanisation constitue plus que jamais un atout pour la durabilité de la production cannière à la Martinique : tant sur le plan économique, qu'environnemental (en favorisant le non-brûlage et la réduction d'herbicides), que sur le plan de l'acceptation sociale de la culture et de son image (moindre pénibilité et souplesse de travail, technicité, etc.).

La demande permanente d'informations et d'assistance technique reste forte chez les petites comme chez les grandes ou moyennes unités de production, mais elle diffère fortement suivant les catégories. Les moyennes et grandes exploitations, ainsi que certains petits producteurs ayant avant tout un objectif de maximisation des rendements et d'amélioration qualitative du produit final, sont demandeurs d'un plus grand engagement du CTCS dans le développement de la mécanisation des opérations culturales, en particulier de la plantation. En revanche, la maximisation de la marge à l'hectare, comme objectif prioritaire de la recherche-développement, ne suscite pas le même intérêt de la part des autres catégories d'exploitations. De nouvelles orientations se dessinent, avec la valorisation de la dimension environnementale de la production, l'amélioration de la qualité, l'organisation des planteurs, etc. La recherche et la vulgarisation se doivent d'intégrer les différences de stratégie des planteurs, afin de répondre au mieux à leurs attentes différenciées. A l'avenir, l'accent doit être mis d'une part sur l'organisation des prestataires de services, parallèlement à un renforcement de l'animation et du suivi des planteurs pour l'accès aux aides. Cet accompagnement devient crucial, compte tenu de la complexité croissante à élaborer les dossiers et des fortes sommes débloquées pour l'agriculture domienne (notamment par l'Europe), qui restent sous-utilisées.

Au-delà des actions en faveur des planteurs, la viabilité à long terme des unités de production cannière implique la pérennisation des débouchés de la production de canne. Produit agricole entièrement écoulé sur la Martinique (mettant les producteurs canniers davantage à l'abri des troubles sociaux que les planteurs de banane)², à prix quasiment garantis, la canne possède moult atouts par rapport à d'autres spéculations, plus soumises aux aléas économiques. Cependant, la pérennisation des débouchés pour la canne suppose cependant une situation économique saine des unités de transformation. Cette exigence n'est actuellement pas assurée pour les livraisons de canne à l'usine du Galion. En dépit du soutien de ses partenaires financiers, la SAEM ne peut jusqu'ici assurer aux planteurs des conditions satisfaisantes de paiement. Les retards peuvent aller jusqu'à huit mois après la fin de la campagne sucrière, alors que les distilleries paient les producteurs chaque quinzaine. Or, le (relatif) manque de canne actuel crée une concurrence entre les différents débouchés de la canne, qui pénalise l'usine du Galion et peut affecter sa viabilité. Celle-ci et ses bailleurs de fonds semblent « s'essouffler » à la poursuite d'une rentabilité de plus en plus difficile à atteindre. Compte tenu de l'état de l'appareil industriel, du contexte socio-économique de l'île et surtout des caractéristiques du marché mondial du sucre, la production sucrière martiniquaise semble quasiment condamnée. Autrefois, produit phare de la production cannière, le sucre devient progressivement à la Martinique un sous-produit du rhum.

Face à ces constats, les conditions du maintien de l'usine du Galion ne doivent-elles pas être recherchées en considérant d'autres objectifs que la seule rentabilité économique de l'entreprise ? Nous avons vu que les alternatives agricoles actuelles à la canne ne permettent pas d'absorber les quelque 1 300 ha qui lui sont à ce jour consacrés et dont la production est à ce jour dirigée vers l'usine. D'où le caractère impérieux de la pérennisation de cette partie de la sole cannière destinée à la sucrerie, faute de remettre en cause tout l'équilibre actuel. Cela implique d'admettre que, au-delà de l'alimentation en sucre du marché intérieur, l'usine du Galion remplit d'autres fonctions : rôle tampon dans l'approvisionnement de la filière canne et contribution au maintien d'une activité essentielle pour le territoire, que ce soit sur le plan économique et social ou dans le domaine environnemental et en ce qui concerne la préservation du patrimoine.

La situation financière des distilleries agricoles est plus satisfaisante que celle de la SAEM du Galion. A la différence des produits de la filière sucre, le rhum agricole bénéficie de l'AOC « Martinique », qui le distingue des rhums des autres DOM. Les distillateurs se sont engagés avec succès dans une voie de différenciation de leur produit par « la qualité »³. Mais étant donné les incertitudes qui pèsent sur les marchés rhumiers, la question est alors de savoir si cette démarche peut suffire à maintenir, voire développer, la production de rhum agricole martiniquais et, par voie de conséquence, la production de canne insulaire. La construction de l'appellation rhumière se poursuit, s'affine. Comme toute AOC, elle est amenée à évoluer. Il s'agit d'une très jeune appellation, comparée aux

² En cas de blocage du port par exemple, les éventuels retards d'exportation ne risquent pas de compromettre toute la valeur ajoutée pour la filière canne : au pire, la maturation ou le vieillissement du rhum se poursuit.

³ Avec toutes les précautions d'usage pour ce terme polysémique engendrant bien des confusions.

quaifications viticoles ou à l'appellation Armagnac par exemple⁴. Son évolution repose sur les choix que feront les professionnels de la filière rhum agricole, en fonction de l'orientation qu'ils souhaitent donner à leur appellation. Actuellement, la stratégie de qualification AOC, comme les relations entre le secteur productif et celui de la transformation, sont en grande partie dépendants de trois ou quatre groupes commerciaux. En raison de leur pouvoir économique, ils détiennent, en quelque sorte, le devenir de la production cannière à la Martinique. Mais, comme nous avons essayé de le montrer, cet avenir ne relève pas seulement de la seule sphère économique. Au delà des responsabilités particulières des collectivités territoriales, la réappropriation de la canne et de ses produits par l'ensemble de la population martiniquaise ne pourrait-elle pas contre-balancer quelque peu ce rapport de force inégal ?

A la croisée des chemins

Ce travail de recherche sur les conditions du maintien de la production de canne en Martinique montre que celle-ci se situe actuellement à la croisée des chemins. Non, « *le vieil homme Canne* » n'est pas mort⁵. En dépit d'un contexte régional et international peu favorable à cette production, des voix s'élèvent pour dire qu'il y a encore un avenir pour la canne à la Martinique, entre le sucre, le rhum de sucrerie et le rhum agricole AOC. Malgré les difficultés actuelles de l'industrie sucrière, Guy RENARD (2001), Président de la SAEM du Galion, reste optimiste : « *Nous devons faire ce qu'il faut pour maintenir la canne. Une Martinique sans canne serait une Martinique déshabillée* ».

L'analyse conduite tout au long de cette thèse montre bien que les enjeux concernant le maintien de la canne se sont déplacés, comme Jean-Marc CHASTEL (1995) l'avait déjà noté pour la Réunion. Nous pensons que la focalisation sur la dimension socio-économique de la production a occulté d'autres enjeux sous-jacents à l'échelle territoriale, qui justifient un soutien à cette production. Ils concernent des questions environnementales, culturelles, identitaires, relatives à la stabilité et à la construction du territoire martiniquais. Ces enjeux nécessitent d'être plus clairement formulés pour être mieux pris en compte. Dans un contexte de libéralisation économique accru à l'échelle mondiale, la multifonctionnalité d'un petit secteur productif comme celui de la culture cannière martiniquaise et de ses industries dérivées doit de plus en plus être pris en considération par les décideurs politiques.

Les fonctions attendues de la production et de la filière canne dans son ensemble sont amenées à se diversifier, pour peu que toute la collectivité martiniquaise prenne conscience des potentialités que recèle ce secteur. Les rapports entre les producteurs et transformateurs de canne, d'un côté, et le reste de la population, de l'autre, ne doivent pas se limiter à des conflits générés par une intolérance croissante vis-à-vis de certaines pratiques agricoles ou industrielles. Si les acteurs de la filière doivent poursuivre leurs efforts pour améliorer l'acceptabilité sociale de leurs pratiques, leurs rapports au reste

⁴ La délimitation de la zone de production de l'Armagnac remonte à 1909, tandis que les règles de l'élaboration de l'eau-de-vie ont été édictées dès 1936 (PILLEBOUE, 1993).

⁵ L'historien-poète Emile EADIE (1987b) a mis en scène les obsèques du « *vieil homme Canne* », sous une forme théâtrale relevant aussi du conte (cf. annexe 3.5). Et ne voilà-t-il pas, qu'après l'enterrement, l'on se rend compte que « *le cercueil était vide* ».

de la population sont appelés à se déplacer sur d'autres domaines : un rôle environnemental, pour la qualité de l'air et de l'eau ; un rôle éducatif et pédagogique ; un rôle culturel et patrimonial dans la conservation de terroirs définis par une identité de produits et de paysage ; un rôle d'accueil et un rôle touristique, alors qu'évoluent les rapports du temps de loisirs et du travail. La culture cannière ne peut plus être considérée comme destinée uniquement à assurer une production agricole et agro-alimentaire. Elle doit concrétiser la multifonctionnalité de l'agriculture. Et, à ce titre, elle mérite d'être prise en compte comme un élément fort de préservation des écosystèmes, de l'harmonie des paysages, de dynamisation de la vie rurale et de valorisation de ses traditions.

De l'analyse transverse réalisée, il ressort que la canne présente indéniablement de nombreuses spécificités pouvant conforter sa pérennité comme élément d'une agriculture et d'un développement durables du territoire martiniquais. Pour renforcer ses conditions de durabilité, en écho à la double perspective envisagée au départ, apparaît la nécessité d'une convergence entre : la multifonctionnalité du secteur agro-industriel cannier et la qualification des produits. Car, si pendant longtemps, le maintien de la canne dans les anciennes « îles à sucre » a été conditionné par la recherche d'une productivité accrue de la terre et du travail, l'exemple de la Martinique montre la possibilité d'une « sortie par la qualité »⁶. Cette démarche relève d'une « construction sociale » au sens large et la dimension sociale de la production apparaît de plus en plus comme catalyseur pour sa viabilité économique.

Voilà un secteur de production qui était peu florissant au début des années quatre-vingts et qui est en pleine phase de renouvellement à l'aube du XXI^e siècle, avec l'engagement progressif de ses différents acteurs dans la dynamique engendrée par l'AOC rhumière. S'il y a encore deux ans, les distillateurs restaient prudents, en 2002, ils affirment clairement ressentir les impacts commerciaux de la qualification. Même si celle-ci n'est que peu mise en avant à l'échelon martiniquais, il existe toute une dynamique de la profession, en terme de construction de la qualité, d'augmentation de la production, de marketing, etc., qui ne peut qu'influencer positivement les ventes locales. D'autant plus que dans celles-ci, rappelons-le, sont incluses les ventes sur site aux visiteurs. Quant à l'exportation, l'AOC constitue un passeport à la qualité sur le marché français, tandis qu'est valorisée la « french touch » à l'étranger. Plus que jamais, il apparaît clairement que l'avenir de la canne à la Martinique se trouve dans le rhum et, qui plus est, le rhum agricole AOC.

Grâce à cette appellation, les conditions de la durabilité de la production cannière semblent se mettre en place. Ces conditions sont tirées toutefois par les intérêts économiques. A tel point, que l'on risque même de rentrer dans une période de « surchauffe », traduite par une certaine instabilité commerciale de la filière. D'importants mouvements d'entreprises, notamment des OPA (Offres publiques d'achat), sont en cours. Ainsi, la distillerie Crassous de Médeuil a récemment été rachetée (début 2002) par le groupe Bernard Hayot. Des vellétés de rachat de la distillerie Neisson par des groupes privés sont pressenties. Enfin, et surtout, la privatisation (partielle) du Galion – qui n'était qu'une rumeur au cours de la campagne sucrière 2002 – est aujourd'hui clairement annoncée par les collectivités territoriales. Un projet de partenariat est en cours entre la SAEM et le groupe mère de Bardinnet (cf. annexe 3.7).

⁶ La qualité étant ici prise au sens de « qualité totale » (BERANGER, 1994), comme explicité au début de la thèse.

Ces bouleversements ne témoignent-ils pas de la vitalité du secteur cannier et surtout rhumier ? Le produit commercialisé devient de très grande qualité. Il fait l'enjeu d'importantes spéculations commerciales et les privés se positionnent. Ces mutations de fond reflètent la dynamique commerciale de l'industrie rhumière. Mais ce dynamisme va-t-il conduire à des stratégies plus sectorielles, alors que la logique territoriale semble davantage conforme à ce que l'on peut être en voie d'attendre d'une petite appellation ? La concentration économique pourra-t-elle préserver la diversité de l'appellation ? Quant à la privatisation à venir de l'usine du Galion, pourra-t-elle enfin assurer la rentabilité de cette entreprise ? Ne s'agit-il que d'une stratégie liée à la récupération de quotas sucriers et rhumiers ou à contrôler la production de cette exclusivité mondiale qu'est à ce jour le rhum grand arôme ? Les effervescences actuelles font naître plus de questions qu'elles n'apportent de réponse. Et il n'est pas possible aujourd'hui de présager du sens dans lequel se fera l'évolution pressentie. Tout au plus peut-on dresser une trame chiffrée pour un scénario de maintien de la filière, tandis que les résultats de la campagne 2002 confortent l'optimisme actuel (cf. tableau 98).

Tableau 98 : Moyennes décennales et scénario pour la filière canne

		Moy. 1991-2001	2002	Scénario*
CANNE	Surface totale en canne	3 000 ha	3 400 ha	3 800 ha
	Estimation surface récoltée	2 940 ha	3 229 ha	3 609 ha
	Production totale de canne (en tonnes)	204 880 t	238 653 t	270 000 t
	Rendement agricole moyen (/surface récoltée)	70 t/ha	74 t/ha	75 t/ha
SUCRE & RHUM DE SUCRERIE	Estimation surface totale destinée à la filière sucre	1 456 ha	1 229 ha	1 689 ha
	Tonnage de cannes broyées en sucrerie (1 sucrerie-distillerie : l'usine du Galion)	99 446 t (49%)	86 268 t (36%)	120 000 t (44%)
	Production de sucre roux	6 922 t	5 340 t	8 500 t
	Rendement industriel (en kg de sucre/t cannes broyées)	69,6 kg/t canne	62 kg/t canne	71 kg/t canne
	Production de rhum de sucrerie (RTS et Grand arôme)		n. c.	20 000 HAP
RHUM AGRICOLE	Estimation surf. tot. destinée à la filière rhum agricole	1 544 ha	2 171 HAP	2 040 ha
	Tonnage de cannes broyées en distilleries agricoles (9 distilleries agricoles)	105 434 t (51%)	152 385 t (64%)	150 000 t (56%)
	Production de rhum agricole	59 858 HAP	80 236 HAP	85 000 HAP
	Rendement industriel (en litres de rhum à 55% vol)	103 l/t canne	95,7 l/t canne	103 l/t canne

* : estimations (cf. annexe 3.6), en intégrant l'accroissement de la demande en cannes de l'usine du Galion, selon le projet de partenariat présenté en 2002 (cf. annexe 3.7).

n. c. : non communiqué à ce jour.

D'après : Enquêtes & Etudes 1999-2002 ; CTCS, 2002. Base de données.

Si l'on ne peut affirmer avec certitude que la production de canne va perdurer à la Martinique, au moins peut-on cerner les conditions susceptibles de favoriser son maintien, tout en apportant des réponses à notre questionnement initial. Les deux perspectives envisagées au départ, relatives à la valorisation du rôle de la canne dans le développement durable du territoire Martinique et à la réussite

de la démarche de qualification mise en place par les acteurs de la filière rhum agricole, sont effectivement amenées à se combiner et à converger. Le maintien de la production cannière martiniquaise dépend fortement du « moteur », constitué par les quatre grands groupes économiques impliqués dans la filière rhum agricole, dont trois possèdent une dimension nationale. Leur engagement à la Martinique se trouve conforté par les retombées économiques positives dues à l'AOC. Toutefois, la dynamique économique de l'AOC dépend étroitement du soutien public au secteur agro-industriel cannier. Celui-ci ne peut qu'être renforcé par la contribution de ce secteur au développement durable du territoire Martinique, avec la prise en compte de la dimension multifonctionnelle du secteur agro-industriel cannier à l'échelle du territoire. Parallèlement, le rhum agricole Martinique se positionne désormais comme produit « de qualité », à forte valeur emblématique. Il représente par-là un point fort pour l'image du territoire. Autrefois « île à sucre », la Martinique entend aujourd'hui se positionner en tant qu'« île à rhum », sous-entendu « agricole ». Fort de l'AOC, le rhum agricole « Martinique » génère des externalités utilisables par d'autres produits (l'image de la Martinique, spécialisée dans le rhum agricole, la valorisation du savoir-faire local, etc.), en concrétisant la dimension identitaire de la canne. Ne représente-t-il pas une synthèse de l'identité caribéenne et de l'appartenance de la Martinique à l'Europe ? A ce titre, tandis qu'il conforte la dynamique de la filière canne, le rhum AOC pourrait favoriser la convergence d'intérêts entre acteurs et constituer ainsi un vecteur important de développement territorial.

Toutefois, un élargissement des fonctions de la production cannière, implique que se poursuive la revalorisation de celle-ci au sein de la société martiniquaise, en vue de son engagement dans le soutien de cette production. En fin de compte, parmi les conditions majeures d'une production de canne durable à la Martinique, il y a le soutien des politiques publiques, car cette durabilité ne peut être assurée par la seule rentabilité économique de la canne. Mais, alors que nul ne sait, dans un contexte de libéralisation, jusqu'à quand tiendront les digues nationales et même européennes, cette durabilité doit prendre en compte un certain nombre de biens et services non marchands assurés par cette production. Cela nécessite, outre l'aide publique, la cohésion et l'implication des différents acteurs de la filière, pour poursuivre la re-dynamisation de celle-ci, et la mobilisation de la population martiniquaise toute entière pour l'ancrage du secteur agro-industriel cannier dans un projet de société, avec une valorisation de sa dimension patrimoniale. Mais l'implication de tous dans le maintien de la production cannière ne peut se faire sans une relecture de l'histoire, vu les freins psychologiques qui perdurent. Cette démarche, en cours depuis quelques décennies dans la société martiniquaise, se traduit par des tentatives variées de se réappropriier le passé, y compris le passé cannier. Cependant, la démarche volontariste de quelques acteurs de la société martiniquaise peut-elle suffire, alors que perdurent tant de clivages ? La société martiniquaise est en perpétuel bouleversement. De nombreuses années seront probablement encore nécessaires pour que la canne, autrefois symbole du pire pour la plus grande partie des Martiniquais, puisse enfin être élevée au rang d'une production agricole d'avenir, source du meilleur pour l'ensemble du territoire.

BIBLIOGRAPHIE (Classement alphabétique)

- ACKBARALLY N., 1996a. Maurice : la canne à sucre sous la menace du ver blanc réunionnais. SYFIA-Maurice, n°86, mars 1996. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL¹ : <http://www.francophonie.org/syfia/86averbl.htm>.
- ACKBARALLY N., 1996b. Maurice : la terre au plus bas. SYFIA-Maurice, n°94, nov. 1996. Disponible sur Internet [consultation en mai 2001]. URL : http://www.francophonie.org/syfia/94AGR_6.html.
- ADELAÏDE-MERLANDE J., 1989. Les partages de l'histoire. In : « Antilles, espoirs et déchirement de l'âme créole ». Autrement, Série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 26-31.
- AFDI, CNASEA, FNSAFER, 1998. Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique. Actes du colloque international, 24, 25 et 26 novembre 1997, Saint-Denis, Ile de la Réunion. France, CNASEA, 611 p.
- AGRARFORSCHUNG, 1998. Le semis direct, élément d'un nouvel itinéraire culturel. *Journal of Swiss agricultural research*, 5(5), pp. 233-236.
- AGRESTE, 1999. Regard sur l'agriculture dans les départements d'outre-mer. Paris (France), Ministère de l'agriculture et de la pêche, Direction des affaires financières et économiques, Service central des enquêtes et études statistiques, 56 p.
- AGRESTE, 2001a. Recensement agricole 2000. L'essentiel. Martinique. Paris (France), Ministère de l'agriculture et de la pêche, Service central des enquêtes et étude statistique, 88 p.
- AGRESTE, 2001b. Recensement agricole 2000. Premiers résultats. *Agrete Martinique*, n°01, juillet 2001. Fort-de-France, Martinique, Direction départementale de l'agriculture et de la forêt, Service de statistique agricole, 4 p.
- AGRO DEVELOPPEMENT SA, 1995. Etude de marché du compost en Martinique pour le projet de compostage commun de la fraction fermentescible des ordures ménagères du SIVMANO et du SIVOM Sud. Rapport de synthèse. ADEME Martinique, 13 p.
- AITAM (Association des ingénieurs et techniciens agricoles martiniquais), 1997. Lettre à Monsieur George NÉGOUAI, Président du CORDEM (Comité de résistance à la destruction de l'environnement martiniquais). Fort-de-France, Martinique, 2 p.
- ALBERT P., SPIESER J., 1999. Atlas climatique, le temps à la Martinique. Fort-de-France, Martinique, Ed. Météofrance, Direction interrégionale Antilles-Guyane, 101 p.
- ALIANE P., 1995. Typologie de fonctionnement des exploitations cannières de la commune de Saint-Benoit (Est de la Réunion). Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme d'agronomie tropicale. Montpellier (France), CNEARC, CIRAD, 56 p.
- ALLAIRE G., SYLVANDER B., 1997. Qualité spécifique et innovation territoriale. Conférence introductive au séminaire « Qualification des produits et territoires », Toulouse, 2-3 octobre 1995. In : Cahier d'économie et sociologie rurales du département ESR, 22 p.
- ANDRÉ-JACCOULET M.A., 2000. Intervention de Madame Le Bâtonnier Marie-Alice ANDRÉ-JACCOULET le dimanche 12 mars 2000 sur « L'état de droit à la Martinique », à l'adresse de Monsieur le Président de la République. Fort-de-France, Martinique, 6 p.
- APES (Association populaire pour l'éducation scientifique), 1986. La route du sucre. Film vidéo.
- APPERAM, 1974. Dossier de demande d'une appellation d'origine contrôlée « Rhum agricole Martinique ». Fort-de-France, Martinique, 31p.
- ARECA, 1992. Etude des freins au développement de la production cannière en Guadeloupe : place et fonction de la canne à sucre dans les exploitations agricoles. Protocole. Guadeloupe, 9 p.
- ARMET A., 1992. Notes sur le rhum de Martinique. In : RICHER Y.M. « Le rhum de Martinique : son intégration dans l'économie régionale et internationale ». Schœlcher, Martinique, UAG, pp. 104-105.

¹ URL : sigle de l'anglais *Uniform resource locator*. Adresse qui précise la localisation d'une ressource Internet en indiquant le chemin d'accès (Larousse, 2000).

ARMET A., 1996. Manière de boire et mutations urbaines dans la Caraïbe. Actes du II^e colloque du Comité martiniquais de prévention de l'alcoolisme. Fort-de-France, Martinique, 20-21 mars 1995. Paris (France), Ed. L'Harmattan, p. 202.

ARPHEXAD E., 1989. Diversification des itinéraires techniques appliqués à la canne au Sud-Est Grande-Terre : un exemple de la rationalité des choix techniques des agriculteurs. Mémoire ESAT 1^{ère} année. CNEARC /DAC – UAG. Guadeloupe, 43 p.

ASSELIN C., COULON J.B., BARBEAU G., MORLAT R., BUCHIN S., PRADEL P., BRUNSCHWIG G., VERDIER I., VAILLON C., 1999. Etude des liens entre terroir et produit dans le cas de la vigne et des vins. Signes officiels de qualité et développement agricole. Paris (France), Ed. Tec-&-Doc.

ATTAC (Association pour une taxation des transactions financières pour l'aide aux citoyens), 2001. Pour une économie respectueuse des humains et de la biosphère. Déclaration après l'échec de la conférence de La Haye. Disponible sur Internet [consultation en juin 2001]. URL : <http://attac.org/fra/asso/doc/doc42.htm>.

BARAN R., 1994. La canne à sucre. In : CRITT-Bac. Colloque sur le machinisme agricole, 29 novembre 1994. Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, pp. 16-26.

BARBIER B., 1994. Modélisation agronomique et économique de la durabilité d'un système agraire villageois. Le cas du village de Bala au Burkina Faso. Thèse présentée à l'ENSAM pour le diplôme de Doctorat en agroéconomie. Montpellier (France), 329 p.

BARNES A. C., 1964. The sugar cane. New York, World Crops Books, Intersciences Publishers Inc., 456 p.

BARON H., JEAN-BAPTISTE I., MARIE-SAINTE E., GROLLEAU O., 1999. Evolution des variétés de canne en Martinique : de la Canne Créole aux variétés hybrides. Bilan d'étude 1998. Lamentin, Martinique, CTCS, 29 p.

BARON H., JOET M., 1999. Toward the sustainability of the sugarcane, sugar and rum sector in Martinique : analysis of the functioning of sugarcane production systems. Proceedings of the Caribbean food crops society, 35th Annual meeting, Sainte-Lucia, 25-31 July 1999, pp. 42-58.

BARON H., LHERBIER L., 1999. La canne à sucre en Martinique. Fafsea, Coll. Outils pédagogiques, 48 p.

BARON H., MARIE-SAINTE E., CARRIEL J.C., ORTHOLE M. LAURÉAT A., 1992. Action des facteurs agronomiques et techniques sur la production cannière. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, CTCS, 32 p.

BARON H., MARIE-SAINTE E., 2000. Evolution des variétés de canne à sucre en Martinique : de la Canne Créole aux hybrides modernes. In : BÉGOT D., HOCQUET J.C. « Le sucre, de l'Antiquité à son destin antillais ». Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, 123^e, Antilles-Guyane, 1998. Villeurbanne (France), Ed. du CTHS, Comité des travaux historiques et scientifiques, pp. 55-75.

BARRET P., CADET P., FELLER C., ALBRECHT A., 1991. Le remodelage des terres à la Martinique. 2. Variabilité intra-parcellaire du remodelage en relation avec la productivité végétale. *Cahier de l'Orstom*, Série Pédologie, vol. XXVI, n^o2, pp. 105-113.

BASTIEN P., 1989. Pondichéry-Martinique. In : « Antilles, espoirs et déchirements de l'âme créole ». *Autrement*, série Monde, H.S. n^o41, oct. 1989, pp. 116-121.

BASSEREAU D., 1965. Mécanisation de la culture de la canne aux Antilles. CIRAD, L'Agronomie tropicale, vol. 22, n^o3, pp. 1155-1161.

BECKFORD G., 1972. Caribbean peasantry : underdevelopment in plantation economies of the third world. Oxford university press, 303 p.

BÉGOT D., 1996. A boire et à voir : un siècle d'images du rhum (1880-1980). In : UAG (Université des Antilles-Guyane), CARDH (Centre antillais de recherche et de documentation historique), CEDRAC (Centre d'études, de documentation et de recherche en affaires caribéennes). « Rhum et production rhumière aux Antilles ». Colloque du 10 déc. 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, pp. 43-60.

BÉGOT D., 2000. Le sucre antillais et sa patrimonialisation. In : BÉGOT D., HOCQUET J.C. « Le sucre, de l'Antiquité à son destin antillais ». Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, Antilles-Guyane, 123^e, 1998. Villeurbanne (France), Ed. du CTHS, Comité des travaux historiques et scientifiques, pp. 387-404.

BENOIST J., 1975. Les sociétés antillaises. Etudes anthropologiques. Centre de recherche caraïbe, Montréal.

BENOIST J., 1983. Un développement ambigu. Structure et changement de la société réunionnaise. FRDOI, Coll. Documents et recherches, n^o10. Saint-Denis, Réunion, Nouvelle imprimerie dionysienne, 200 p.

BENOIT J.C., 1988. Commentaires sur le rapport d'audit de l'usine du Galion présenté par Solutions Réalisations SA (M. Plouvier). Sainte-Marie (Martinique), 32 p.

BÉRANGER C., 1994. Qualité et développement agricole. *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n° 28, pp. 289-291.

BERNABÉ J., BONNIOL J.L., CONFIANT R., L'ETANG G., 2000. Au visiteur lumineux - Des îles créoles aux sociétés plurielles : mélanges offerts à Jean BENOIST. Guadeloupe, Coll. GERECE-F, Presses universitaires créoles, Ed. Ibis rouge, 716 p.

BERNABÉ J., CHAMOISEAU P., CONFIANT R., 1989. Eloge de la créolité. Paris (France), Ed. Gallimard, 72 p.

BERTHELOT J., 2001. Au-delà de l'Agenda 2000 : les défis futurs de la PAC. Pour une politique agricole commune durable et cohérente avec un nouvel accord sur l'agriculture solidaire à l'OMC. Parlement européen, Commission de l'agriculture et du développement agricole, Audition publique, 20 novembre 2001, 7 p. Disponible sur Internet [Consultation en 2002]. URL : http://www.solidarite.asso.fr/actions/berthelot_eu.htm.

BERTRAN DE BALANDA J.F., 1999. L'avenir de l'appellation d'origine contrôlée. Conférence. INAO, Centre de Bordeaux (France), 7 p.

BEST L., 1968. Outlines of a model of pure plantation. *Economy, social and economic studies*, 17 (3), pp. 281-326.

BEUCHER J., CLAVEL C., 1999. La France et ses régions. Cartographie : emploi dans le tertiaire en 1995. Disponible sur Internet [Consultation en 2002]. URL : http://www.libercarto.prd.fr/themes/statistiques/france/emploi/secteurs_activite/tertiaire/95/tertiaire.htm.

BINI M., MANIOC O., 2001. Rhum agricole de Guadeloupe : à hisser sans modération vers l'AOC. Chambre de commerce et d'industrie, Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, 62 p.

BLÉRALD A.P., 1986. Histoire économique de la Guadeloupe et de la Martinique du XVII^e siècle à nos jours. Paris (France), Ed. Karthala, Coll. Hommes et sociétés, 336 p.

BLONDON G., AUBRY F., 1994. Recyclage agronomique des boues de station d'épuration et de la bagasse - Appui technique et méthodologique pour la mise en place d'une usine de compostage. Saint-Joseph, Martinique, Anténor, 32 p.

BONNETON-KOUSSOULA A., 1981. Contribution à l'étude de l'économie sucrière en Guadeloupe. CENADOM. Petit-Bourg, Guadeloupe, INRA-CRAAG, 152 p.

BONNETON-KOUSSOULA A., 1996. De l'organisation française du marché du rhum aux marchés communautaire et mondial. Actes du 2^{ème} colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996.

BONNETON-KOUSSOULA A., 1998. Les perspectives de la filière rhum dans la Caraïbe et le défi de la mondialisation : la chronique d'une déposssession annoncée ? Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, UAG, 24 p.

BONNY S., 1994. Les possibilités d'un modèle de développement durable en agriculture : le cas de la France. Symposium international « Modèles de développement soutenable. Des approches exclusives ou complémentaires de la soutenabilité ». Paris (France), 16-18 mars 1994.

BONOTTO S., 1999. Analyse des pratiques culturelles des planteurs de canne à sucre du Nord Basse-Terre (Guadeloupe). Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme d'agronomie tropicale. Montpellier (France), CNEARC-ESAT, CIRAD, 100 p.

BONOTTO S., 2000. Analyse des stratégies des exploitants agricoles planteurs de canne à sucre de Guadeloupe. CIRAD-CA Guadeloupe, Programme Canne à sucre, 77 p.

BORY A., PAUL J.L., 1991. Approche systémique et fonctionnement de l'exploitation agricole : questions théoriques et méthodologiques pour une mise en œuvre dans la zone caraïbe. In : Actes du colloque « Approches systémiques du milieu rural ». Mexico (Mexique), ORSTOM.

BOULET A., 1988. Lutte biologique contre les "Borers" de la canne à sucre. En Martinique, exemple d'une intervention bien menée. Fort-de-France, Martinique, Service de la protection des végétaux, 8 p.

BOULET D., BARTOLI P., 1995. Fondements de l'économie des AOC et construction sociale de la qualité. L'exemple de la filière viti-vinicole. Economie et sociologie rurales, Montpellier 1995. Série Etudes et recherches, n°103. Montpellier, ENSAM, INRA, 128 p.

BOURGEOIS L., 1994. La qualité : une nécessité vitale pour l'économie et l'agriculture françaises. INRA, *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n°28, « Qualité et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs », pp. 23-26.

BREHON N.J., 2001. Dans les coulisses de l'Union. *Le Monde économie*, 2 avril 2001.

BRIQUEL V., VILAIN L., BOURDAIS J.L., GIRARDIN P., MOUCHET C., VIAUX P., 2001. La méthode IDEA (indicateurs de durabilité des exploitations agricoles) : une démarche pédagogique. *Ingénieries*, n°25, Mars 2001, pp. 29-39.

BRODHAG C., 2001. Glossaire du mécanisme pour un développement propre. Traductions anglais/français et définitions. Version de travail du 22 mars 2001. Disponible sur Internet [Consultation en 2002]. URL : <http://www.agora21.org/energie/GlossaireMDP.doc>.

BUISSON M., 1999. From productivist agriculture to durable agriculture : question of economy. *Planetary garden'99*, pp. 281-285.

BURAC M., 2000. Les petites Antilles : de l'économie de plantation à l'économie de services. In : BERNABÉ J., BONNIOL J.L., CONFIANT R., L'ETANG G. « Au visiteur lumineux - Des îles créoles aux sociétés plurielles : mélanges offerts à Jean BENOIST ». Guadeloupe, Coll. GEREC-F, Presses universitaires créoles, Ed. Ibis Rouge, pp. 219-235.

BURAC M. Dir, 2001a. La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique, 1848-1998. Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, Coll. Terres d'Amériques/3, 440 p.

BURAC M., 2001b. La grande propriété sucrière à la Barbade et à la Martinique depuis 1848. In : BURAC M. dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique, 1848-1998 ». Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, Coll. Terres d'Amériques/3, pp. 119-151.

BURAC M., GUEREDRAT J.A., MARIE P., 1995a. Rhum agricole de la Martinique. Délimitation de l'aire géographique en AOC. Proposition de zonage pour l'AOC Rhum agricole de la Martinique. Rapport de la Commission d'experts. Martinique, INAO, 39 p.

BURAC M., GUEREDRAT J.A., MARIE P., 1995b. Rhum agricole de la Martinique. Délimitation de l'aire géographique en AOC. Examen des réclamations après mise à l'enquête. Rapport de la Commission d'experts. Martinique, INAO.

CABORT MASSON G., 1999. Les puissances d'argent en Martinique. La caste Béké. 4^{ème} édition réactualisée. UE, Ed. VDP, 254 p.

CABIDOCHÉ Y.M., OZIER-LAFONTAINE H., 1992. Mesure des déplacements verticaux de solide pour l'étude du fonctionnement hydrique des sols argileux gonflants. Applications à l'économie de l'eau dans les zones tropicales à saison sèche marquée. Rapport de contrat n°89L0216 auprès du Ministère de la recherche et de la technologie. Petit-Bourg, Guadeloupe, INRA, 17 p.

CADET P., 2000. Nématodes : éradication ou cohabitation ? *Sciences au Sud, Le journal de l'IRD*, n°5, mai-juin 2000.

CADET P., ALBRECHT A., 1992. Le remodelage des terres à la Martinique. 3. Effet sur le peuplement de nématodes parasites de la canne à sucre en relation avec la croissance végétale. *Cahier Orstom*, sér. Pédol., vol. XXVII, n°1, pp. 49-58.

CADET P., DEBOUZIE D., 1990. Evolution spatio-temporelle de nématodes de la canne à sucre. *Revue Nématol.*, 13 (1), pp. 79-88.

CAMART-HAYOT F., DE LAGUARIGUE J.L., 1997. Martinique Terre de Rhum. France, Ed. Presses de Balauze & Marcombe, 176 p.

CANNE-UNION, 1983. Canne : le point de vue des planteurs. *France-Antilles*, 27 décembre 1983.

CANNE-UNION, 2001a. Statuts de Canne-Union. Lamentin, Martinique, 5 p.

CANNE-UNION, 2001b. Procès verbal de l'assemblée constitutive du mardi 13 février 2001. Lamentin, Martinique, 4 p.

CAPILLON A., 1988. Jugement des pratiques et fonctionnement des exploitations. In : JOLLIVET M. « Pour une agriculture diversifiée. Arguments, questions, recherches ». Paris (France), Ed. L'Harmattan, Coll. Alternatives rurales, pp. 124-133.

CAPILLON A., MANICHON H., 1991. Guide d'étude de l'exploitation agricole à l'usage des agronomes. Paris (France), INAPG-APCA, 65 p.

CAPILLON A, SEBILLOTE M., 1982. Etude des systèmes de production des exploitations agricoles, une typologie. In : SERVANT J., PINCHINAT A. Ed. « Caribbean seminar on farming systems research methodology ». San José, Costa-Rica, IICA-INRA, pp. 85-111.

CASSÉ M.C., GRANIÉ A.M., 2000. Comment penser le rural aujourd'hui ? In : JOUVE P., CASSÉ M.C. Ed. « Dynamiques agraires et construction sociale du territoire ». Actes du séminaire, 26-28 avril. CNEARC Montpellier, Université de Toulouse - Le Mirail. Montpellier (France), CNEARC, Coll. Etudes et travaux n°18, pp. 11-21.

CATHERINE M., 1999. Qualités de la matière première et technologies pour élaborer des boissons à base de canne à sucre. Thèse de doctorat, présentée à l'Université de technologie de Compiègne.

CEDUS, 1999. Le sucre, Documentation pédagogique. Paris (France), Les Editions Conseils.

CÉSAIRE A., 1983. Cahier d'un retour au pays natal. (1^{ère} éd. 1939). Paris (France), Ed. Présences africaines.

CFCE (Centre français du commerce extérieur), 2000. Monde : meilleurs ventes de spiritueux.

CHABERT J.-L., DEVERRE C., 1985. La récolte de la canne à sucre en Guadeloupe : logiques sociales et problèmes de mécanisation. Rapport d'enquête. Petit-Bourg, Guadeloupe, INRA-CRAAG, 122 p.

CHABRIER C., DOREL M., 1998. Projet d'étude. Impact des pesticides sur l'environnement : étude de la contamination des eaux de ruissellement. Martinique, Cirad-FLHOR, 7 p.

CHAMOISEAU P., 1986. Chronique des sept misères. Paris (France), Ed. Gallimard, 228 p.

CHAMOISEAU P., DELVER G., GLISSANT E., JUMINER B., 2000. Manifeste pour refonder les DOM. *Le Monde*, vendredi 21 janvier 2000. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. Archives du Monde : <http://www.lemonde.fr/web/recherche/1,13-0,1-0,0.html> ou : <http://perso.club-internet.fr/jacbayle/livres/manifeste.html>.

Chambre d'agriculture de la Martinique, 2000. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, 297 p.

Chambre d'agriculture de la Réunion, 2002. Rôle de la canne à sucre dans l'environnement. Note du SUAD, 2 p.

CHASTEL J.M., 1995. Le rôle des institutions dans l'évolution de la filière canne à sucre à la Réunion. Thèse de Doctorat. Montpellier (France), Ecole nationale supérieure agronomique, 345 p.

CHAUVIN G., 1983. Une graminée singulière : la canne à sucre. Etude illustrée des plantes à fleurs de la Martinique, Tome IV. Fort-de-France, Martinique, Association martiniquaise de la Maison de la canne.

CHEVIGNARD T., FELLER C., ANDREUX F., QUANTIN P., 1987. Le « remodelage » des terres en Martinique. Modification des propriétés de « ferrisols » et d'andosols cultivés en canne à sucre. *Cahier de l'Orstom*, Série Pédologie, vol. XXIII, n°4, pp. 223-236.

CHIVALLON C., 1993. Transformation du monde rural et désengagement des paysans martiniquais dans la production cannière. France, Université de Caen, 15 p.

CHIVALLON C., 2000. Du dilemme entre discours et matérialité : quelques réflexions inspirées par Jean Benoist à propos de la construction de la réalité sociale antillaise. In : BERNABÉ J., BONNIOL J.L., CONFIANT R., L'ETANG G., 2000. « Au visiteur lumineux - Des îles créoles aux sociétés plurielles : mélanges offerts à Jean Benoist ». Guadeloupe, Presses universitaires créoles, Ibis Rouge Editions, pp. 43-54.

CHIVALLON C., 2001. Paysannerie et patrimoine foncier à la Martinique : de la nécessité de réévaluer quelques interprétations classiques. In : BURAC M. dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique, 1948-1998 ». Paris, GEODE Caraïbe, Ed Karthala, Coll. Terres d'Amériques/3, pp. 17-36.

CIDOLIT S. 1991. Les sources de pollution du littoral de la baie de Fort-de-France. Rapport PNUE. Martinique, 28 p.

CIRT-DOM, 2000. Données statistiques de production et de consommation du rhum. Paris (France).

CIVALERO C., 2001. Les affaires foncières devant les tribunaux. In : BURAC M. dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, pp. 249-276.

CNRS, IGN, 1979. Atlas des départements français d'outre-mer. 2 - La Martinique. Paris (France), Centre national de la recherche scientifique, Institut géographique national, 72 p.

CODERUM, 1986. Note sur la filière rhum en Martinique en 1986. Fort-de-France, Martinique, 20 p.

CODERUM, 2000. Données statistiques sur la production rhumière en Martinique et sa commercialisation. Lamentin, Martinique.

COFEPP (Compagnie financière européenne de prise de participation), 2002. Proposition de partenariat industriel

et commercial SAEM du Galion - COFEPP. 36 p.

COHIN A., 1979. L'abolition de l'esclavage (Histoire de l'esclavage aux Antilles). Fort-de-France, Martinique, Editions Désormeaux, 407 p.

COLMET-DAAGE F., LAGACHE P., 1965. Caractéristiques de quelques groupes de sols dérivés de roches volcaniques aux Antilles françaises. *Cahier de l'Orstom*, Série Pédologie, vol. III, n°2, pp. 91-121.

Comité de scientifiques INRA-CIRAD-UAG-ORSTOM, 1992. Pour une autre approche de la filière canne en Guadeloupe : bilan et potentialités. Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, Conseil général, 120 p.

Comité 21, 1996. Le développement durable ? 21 entrées, soixante quinze initiatives concrètes en France, pp. 17-18. Paris, (France), Ministère de l'aménagement, du territoire et de l'environnement.

CONFIANT R., 1994. Commandeur du sucre. France, Ed. Ecriture, 312 p.

CONFIANT R., 1996. Culture : Raphaël Confiat à la recherche d'une mémoire d'avenir. Propos recueillis par Michel Guilloux. *L'Humanité*, 26 octobre 1996. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.humanite.fr/journal/1996/1996-10/1996-10-25/1996-10-25-070.html>.

CONFIANT R., 1999. Régisseur du rhum. France, Ed. Ecriture, 332 p.

Conseil général de la Guadeloupe, 1998. L'industrie sucrière. Guadeloupe, 19 p.

Conseil régional de la Martinique, 1996a. Table ronde sur la filière canne-sucre-rhum. Synthèse des travaux des différents groupes de travail : Production - Recherche - Développement ; Industrie sucrière ; Industrie rhumière ; Financement de la filière. Fort-de-France, Martinique.

Conseil régional de la Martinique, 1996b. Recommandations des assises régionales du développement durable. Pour les assises nationales du développement durable, 16-17 décembre 1996, Paris, Maison de l'Unesco. France, Ed. Imprim'Flash, 48 p.

Conseil régional de la Martinique, 2000. Comité de pilotage, audit de gestion de la SAEM-PSRM du Galion. Procès-verbal de la réunion du 31 mai 2000. Fort-de-France, Martinique, 7 p.

COQUART D., PILLEBOUE J., 2000. Le foie gras : un patrimoine régional ? In : RAUTENBERG M., MICOUD A., BÉRARD L., MARCHENAY P. « Campagnes de tous nos désirs. Patrimoines et nouveaux usages sociaux ». Ministère de la culture et de la communication, Mission du patrimoine ethnologique, Coll. Ethnologie de France, Cahier 16. Paris (France), Ed. de la Maison des sciences de l'homme, pp. 91-104.

COUZINET L., FRAYSSIGNES J., POUZENC M., SIMMONNEAUX J., 2000. La valorisation des aménités rurales, articulation des stratégies individuelles et organisation collective : l'exemple du Lot. The 6th World Congress of the regional science association international « Firm strategies in a small world », 16-20 mai 2000, Lugano (Suisse).

CTCS, 1963. Le Centre technique de la canne et du sucre de la Martinique. Martinique, 12 p.

CTCS, 1980 à 2000. Rapports annuels et bilans de campagnes. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1983. Plan de maintien de la canne à sucre 1980 - 1984 : relance des cultures. Troyes (France), Imp. La renaissance, 52 p.

CTCS, 1991. Cours de dégustation. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1992a. Exploitations & production cannière-sucrière-rhumière. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, 18 p.

CTCS, 1992b. Qualité de la production rhumière et sucrière - perspectives de développement. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, 26 p.

CTCS, 1992c. Canne & environnement. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, 11 p.

CTCS, 1992d. Résultats sur les traitements maturateurs. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1993a. Analyse des cannes et formules de calcul en Martinique : contrôle en sucrerie et en distillerie. Lamentin, Martinique, 12 p.

CTCS, 1993b. Etudes pour l'AOC. Bilan 1993. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1994a. Etude de la dégradation de la canne au champ. Etude de la dessiccation et de la détérioration de la canne (richesse en sucres et aptitude fermentaire) suivant les conditions de récolte. Lamentin, Martinique, 24 p.

CTCS, 1994b. Le manuel du planteur de canne à sucre. Fort-de-France, Martinique, Imp. Berger Bellepage, 103 p.

CTCS, 1994c. Etudes pour l'AOC « Rhum agricole Martinique ». Bilan 1994. Etude de l'adéquation du matériel

- végétal avec son milieu. Lamentin, Martinique, 31 p.
- CTCS, 1994d. Etudes pour l'AOC « Rhum agricole Martinique ». Bilan 1994. Etude du milieu fermentaire. Lamentin, Martinique, 99 p.
- CTCS, 1995a. Table ronde sur la filière canne-sucre-rhum. Production - Recherche - Développement : situation actuelle et proposition. Lamentin, Martinique, 50 p.
- CTCS, 1995b. Qualité des cannes livrées en sucrerie. Lamentin, Martinique, 60 p.
- CTCS, 1995c. Etudes pour l'AOC « Rhum agricole Martinique ». Bilan 1995. Etude de l'adéquation du matériel végétal avec son milieu. Lamentin, Martinique, 51 p.
- CTCS, 1996a. Essai de fertilisation azotée sur canne à sucre à l'exploitation du Lareinty. Bilan d'étude 1994-1995-1996. Lamentin, Martinique, 16 p.
- CTCS, 1996b. Eléments sur les stratégies techniques et financières des exploitations cannières en Martinique : Coûts de production et produits de la canne en 1995-1996 selon les types d'exploitations. Lamentin, Martinique, 29 p.
- CTCS, 1996c. Bilan de campagne 1996. Lamentin, Martinique, 12 p.
- CTCS, 1997. Dix points sur la canne, le sucre et le rhum en Martinique. Lamentin, Martinique, 32 p.
- CTCS, 2000. Eléments sur les stratégies techniques et financières des exploitations cannières en Martinique : coûts de production et produits de la canne en 2000 selon les types d'exploitations. Lamentin, Martinique, CTCS, 27 p.
- CTCS, 2001a. Bilan de la campagne 2001. Lamentin, Martinique, 10 p.
- CTCS, 2001b. Suivi de fabrication des distilleries agricoles. Campagne 2001. Lamentin, Martinique, 18 p.
- CTCS, 2002. Base de données (Access) : planteurs ; productions de canne, de sucre et de rhum ; surfaces en canne ; évolution variétale ; prix de la tonne de canne à l'usine du Galion ; etc. Lamentin, Martinique.
- CTCS, La Mauny, 1994. Etude sur les différentes voies de traitement des vinasses. Martinique, 29 p.
- CTCS-Guadeloupe, 1996. Rapport d'activité : la mise en place d'un réseau de champs de démonstration. Guadeloupe, 69 p.
- DE POMPIGNAN M., 1968. Canne à sucre. Cours du CTCS. Martinique, SATEC - CTCS.
- DAC, 1992a. Etude des conditions agro-économiques de la production cannière à destination de l'usine du Galion (Martinique) – Situation et perspectives – Version provisoire. Magistère « Développement agricole Caraïbe », 4^{ème} promotion 1991-1993, Etude régionale 1992. Guadeloupe, Université Antilles-Guyane.
- DAC, 1992b. Etudes sur la production cannière et sucrière en Martinique. Rapport de stage des étudiants du Magistère « Développement agricole Caraïbe ». Guadeloupe, Université Antilles-Guyane, 21 p.
- DAC, 1992c. Etudes sur la production cannière et sucrière en Martinique. Annexes. Rapport de stage des étudiants du Magistère « Développement agricole Caraïbe ». Guadeloupe, Université Antilles-Guyane.
- DAF, 1999. Données agricoles - Martinique (Service de statistique agricole). Fort-de-France, Martinique.
- DAF, 2001. Document de mise en œuvre du DOCUP 2000-2006. Gestion des fonds structurels FEOGA. Investissements dans les exploitations agricoles. Ministère de l'agriculture et de la pêche, Préfecture de la Martinique.
- DAMOISON D., CONFIANT R., 2000. Le Galion - Canne, douleur séculaire, ô tendresse. Petit-Bourg, Guadeloupe, Ed. Ibis Rouge.
- DE BONNEVAL L., 1993. Systèmes agraires, systèmes de production. Systèmes de culture, systèmes d'élevage, fonctionnement des exploitations. Vocabulaire. France, Ed. INRA, 285 p.
- DEFFONTAINES J.P., 1996. Enjeux spatiaux en agronomie. *C.R. Acad. Agric. Fr.*, 82, n°8, pp. 5-14.
- DEFFONTAINES J.P., 1999. Agriculture et organisation du territoire. *C.R. Acad. Agric. Fr.*, 85, n°7, pp. 231-232.
- DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P., 2001. Territoires et acteurs du développement local. De nouveaux lieux de démocratie. France, Ed. de l'Aube, 180 p.
- DELAUNAY A., LASSOUDIÈRE A., KHAMSOUK B., 2000. Problématique de l'érosion et de la pollution des eaux par les pesticides en Martinique. Sixième journée technique de l'AMADEPA, 17 mai 2000, Lamentin, Martinique. Recueil des communications, pp. 10-15.

- DE MINAC M., 1988. Conduite des ateliers de fermentation alcooliques de produits sucriers (mélasses et égout). *Industries Agricoles & Alimentaires*, 7/8, pp. 675-688.
- DE MIRAS C., 1987. L'économie martiniquaise : développement sans croissance. Iles tropicales : insularités, insularisme, Coll. Iles et Archipels, n°8, pp. 399-417.
- DE POMPIGNAN M., 1968. Canne à sucre - Cours du Centre technique de la canne et du sucre. Martinique, SATEC, CTCS.
- DESQUILBET M., GOHIN A., GUYOMARD H., 2000. La nouvelle réforme de la Politique agricole commune : une perspective internationale. INSEE, Economie et statistique, n° 329-330.
- DEVERRE C., 1998. Les réformes foncières à la Réunion et à la Guadeloupe. Eléments pour un bilan. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». France, CNASEA Ed., pp. 27-39.
- DIMAN J.L. HENRI F., PAUL J.L., ZÉBUS M.F., 2000. Caractérisation économique et technique des activités agricoles en Guadeloupe pour la modélisation (MICA). Guadeloupe, INRA (Département d'économie rurale), UAG (Département d'agronomie tropicale), 13 p.
- DOMERGUE L., LE MESTRE J.Y., 1998. Les enjeux des prochaines échéances internationales pour la filière canne-rhum des DOM. Paris (France), CIRT-DOM.
- DORIGNY M., 1999. Esclavage, résistances et abolitions. Communication au 123^e Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, Antilles-Guyane, 1998.
- DORIGNY M., 2000. Le sucre : histoire et géographie d'un esclavage. Les Cafés géographiques, 30 mai 2000, Compte-rendu de conférence : Olivier MILHAUD. Paris. URL : <http://cafe-geo.com/sucre.htm>.
- DORIOZ J.M., FLEURY P., COULON J.B., MARTIN B., 2000. La composante milieu physique dans l'effet terroir pour la production fromagère, quelques réflexions à partir du cas des fromages des Alpes du Nord. *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n°40, pp. 47-55.
- DORMOY P., 1993. Le livre de l'amateur de rhum. Martinique.
- DORSEMAINE A., 2000. Une nouvelle page, un tremplin. L'Assemblée nationale adopte la loi d'orientation pour l'outre mer en nouvelle lecture. Communiqué de presse.
- DOS SANTOS T., 1969. La crise de la théorie du développement et les relations de dépendance en Amérique latine. *L'homme et la société*, n°12, avr.-juin 1969, p. 61.
- DOUGUIN H., 1994. Le rhum dans la société réunionnaise. Mémoire de maîtrise d'anthropologie. France, Université de Paris X.
- DUTARTRE J., 1977. La récolte mécanisée de la canne à sucre. Antony (France), Centre d'études et d'expérimentations du machinisme agricole tropical, 46 p.
- DUTERTRE J.B., 1973. Histoire générale des Antilles habitées par les Français, 1635-1671. Paris (France), Ed. des Horizons Caraïbes.
- EADIE E., 1987a. Le paysage de la canne à sucre à la Guadeloupe, à la Martinique et en Guyane aux XVIII^e, XIX^e, XX^e siècles. In : GRILLON-SCHNEIDER A. Coord. « Canne, sucre et rhum aux Antilles et Guyane françaises du XVII^e au XX^e siècle ». France, Ed. du Ponant, tome 2, pp. 9-93.
- EADIE E., 1987b. L'eau de la rivière. France, Ed. Pierre-Jacquens Couta.
- EADIE E., 1997. Emile Bougenot : sucre et industrialisation à la Martinique de 1860 à nos jours. France, Ed. Pierre-Jacquens Couta, 314 p.
- EADIE E., 2000. Les étapes de la constitution du domaine agricole du Galion à partir de 1849. In : BURAC M. Dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, pp. 109-118.
- EADIE E., 2001a. Le Code noir, une mathématique particulière. In : EADIE E. Dir. « La route du sucre du VIII^e au XVIII^e siècle ». Actes du colloque organisé par l'Association populaire pour l'éducation scientifique, Schoelcher, 2000. France, Ibis Rouge Editions, APES, 304 p.
- EADIE E., 2001b. Une terre, une plante, un peuple ! Propos recueillis par Guy Saintot, le 19 mars 2001. Interview sur *Hello Caribbean, le journal du tourisme et de l'évasion*. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://www.hello-caribbean.com/hello19/itv_ee.htm.
- EFFANTIN R., 2001. La multifonctionnalité passe par une révolution culturelle. Dossier Agriculture service compris : dynamiser l'exploitation agricole et le territoire. *Travaux & Innovations*, n°25, pp. 25-45.

EMBERGER L., 1960. Traité de botanique systématique. Tome 2. Les végétaux vasculaires, Paris (France), Ed. Masson.

ESPINAL E.B., 1991. Faune et gestion des ressources naturelles. *In* : ADEP (Agence nationale pour le développement de l'éducation permanente). Actes du Colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire », 15-16-17 janvier 1991. Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 71-72.

ETIENNE J., DAUGROIS J.H., 1996. Diagnostic phytosanitaire canne à sucre. Guadeloupe, INRA Duclos, CIRAD-CA Roujol.

EUGÉNIE E., 1988. Situation des Borers de la canne à sucre et importance de leurs parasites à la Martinique. Rapport de stage, Brevet de technicien supérieur agricole. Lamentin, Martinique, LEPA de Croix Rivail, 98 p.

FABIAN T., RONCIN F., SASSIER M., 1998. La mise en place d'un suivi qualitatif et quantitatif des cannes dans l'AOC Martinique. Atelier de travail sur les rhums. CRITT-BAC Guadeloupe.

FAHRASMANE L., GANOU-PARFAIT B., 1997. De la canne au rhum. Paris (France), INRA, Coll. Techniques et pratiques, 104 p.

FAHRASMANE L., GANOU-PARFAIT B., 1999. Microbiologie rhumière et propriétés aromatiques. Actes du 2^{ème} Colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996, pp. 163-168.

FANON F., 1975. Peau noire, masques blancs. Paris, Ed. du Seuil, Collection Points, 188 p. (Première édition parue en 1952, dans la collection « Esprit »).

FAOstat, 2001. Database results (Statistiques agricoles). Disponible sur Internet [mise à jour du 7 novembre 2001]. URL : <http://www.fao.org>.

FAUCONNIER R., 1991. La canne à sucre. Paris (France), Editions Maisonneuve & Larose, Coll. Le technicien d'agriculture tropicale, n°17, 165 p.

FAUCONNIER R., BASSEREAU D., 1970. La canne à sucre. Paris (France), Editions GP Maisonneuve & Larose, Coll. techniques agricoles et productions tropicales, vol. XVIII-XIX, 468 p.

FAYAD M., 2000. Dossier : rhum agricole. Un véritable outil de promotion. « Vers une nouvelle économie touristique fière de son rhum ». *France-Antilles Martinique*, 08 nov. 2000.

FELDMANN P., DAUGROIS J.H., ORIOL P., 1996. L'amélioration génétique de la canne à sucre. *In* : Première Journée technique de l'AMADEPA, 24 avril 1996, Recueil des communications. Lamentin, Martinique, AMADEPA, Chambre d'agriculture, 5 p.

FELDMANN P., D'HONT A., GUIDERDONI E., GRIVET L., GLASZMANN J.C., 1997. La canne à sucre. *In* : CHARRIER A., JACQUOT M., HAMON S., NICOLAS D., Ed. Scientifiques. « L'amélioration génétique des plantes tropicales ». France, Ed. CIRAD, ORSTOM, Coll. Repères, pp. 197-215.

FELLER C., 1986. Résumé des travaux menés de 1981 à 1985 par l'équipe "Matière organique des sols tropicaux" de l'ORSTOM-Martinique sur l'agrosystème canne à sucre. En collaboration avec : CTCS-Martinique, IRAT-Martinique, CEN-Cadarache, CPB/CNRS-Nancy. Centre ORSTOM de la Martinique, 13 p.

FERRAI S., 2001. Porto Alegre, une étape décisive vers un autre monde. *Le courrier : l'essentiel autrement*, 3 fév. 2001.

FERRE J.F., 1976. Type d'agriculture commerciale. La canne à sucre, les industries du sucre et du rhum à la Martinique. Evolution contemporaine (1950-1974). *Travaux et document de géographie tropicale*, n°24, fév. 1976. Bordeaux (France), Centre d'études de géographie tropicale.

FERRE J.F., 1981. L'économie sucrière et rhumière martiniquaise en péril (1950-1980). *Les cahiers d'outre-mer*, oct.-déc., pp. 81-136.

FIUMI L., 1936. Images des Antilles. Paris (France), Les Editions des Presses Modernes, 153 p.

FLERREAU M., 1991. Allocution d'ouverture. *In* : ADEP. Actes du Colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire », 15-16-17 janvier 1991. Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 24-27.

FOURNET J., 1978. Flore illustrée des phanérogames de Guadeloupe et de Martinique. Paris (France), INRA, 1654 p.

FRAGER M., 1991. L'énergie solaire et plus généralement les énergies renouvelables dans le domaine de l'agriculture, de l'environnement et de l'aménagement du territoire en Guadeloupe. *In* : ADEP. Actes du Colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire », 15-16-17 janvier 1991. Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 80-83.

France-Antilles, 1995. Le rhum Saint-James : de Saint-Pierre à Sainte-Marie. *FA Martinique*, 20 mars 1995.

- France-Antilles, 1998. Oui à l'usine, non à la pollution. *FA Martinique*, 11 mai 1998.
- France-Antilles, 2000. Lorrain : Une journée portes ouvertes, à la fabrication du sirop batterie. Une tradition qui se perpétue. *FA Martinique*, 2 nov. 2000.
- France-Antilles, 2002a. Agriculture : les petits planteurs de canne toujours pas payés. *FA Martinique*, 18 juillet 2002, p. 4.
- France-Antilles, 2002b. Plus active que jamais. Sainte-Hélène pour le bonheur des petits planteurs du Sud. *FA Martinique*, 22 août 2002, p. 9.
- FRANÇOIS P., DENEUX M., EMORINE J.P., 1998. Quelle réforme pour la politique agricole commune ? Rapport d'information n°466 au Sénat, 2^{ème} partie, Commission des affaires économiques, 1^{er} sept 1998.
- FREDJ J., 1989. Le maillon colonial. In : « Antilles, espoirs et déchirement de l'âme créole ». *Autrement*, Série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 21-25.
- FRÉTAY E., 1986. La pyrale de la canne à sucre. Ecologie de *Diatrea saccharalis* (Fabricius 1794). Paris (France), Ed. Tec & Doc Lavoisier, 302 p.
- FROC J., TRIFT N., SCHEFFER S., 1999. Une loi, des concepts, des mots et des produits. In : BÉRANGER C., VALCESCHINI E., Coord. « Qualité des produits liée à leur origine ». Actes Séminaires des 10 et 11 décembre 1998. Paris (France), INRA, pp. 21-59.
- GANOU-PARFAIT B., FAHRASMANE L., PARFAIT A., 2000. De l'utilisation des signes distinctifs d'origine et de qualité en rhumerie. In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 241-247.
- GAROFOLI G., 1996. Développement et transformation des systèmes productifs locaux : globalisation et coopération interrégionale. *Sciences de la société*, n°37, « Territoires frontaliers : discontinuité et cohésion », pp. 83-95. Toulouse (France), Presses universitaires du Mirail.
- GIRAUD-HÉRAUD E., 1998. La régulation interprofessionnelle dans le secteur viti-vinicole est-elle fondée économiquement ? INRA.
- GIZARD X., 2000. Iles, cohésion et gouvernance. In : Commission des Iles de la CRPM (Conférence des Régions Périphériques Maritimes). « Quel statut pour les îles d'Europe ». Ed. L'Harmattan. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://www.eurisles.com/statut_iles/cadre.htm.
- GLISSANT E., 1993. Antillanité et créolisation. Conférence inaugurale prononcée devant le Carrefour des littératures européennes le 4 novembre 1993. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.france.diplomatie.fr/culture/france/biblio/folio/outremer/glissant.html>
- GOIDTS E., 2002. Intégration des conditions agro-pédo-climatiques de la culture de la canne à sucre dans la révision de l'aire d'Appellation d'origine contrôlée « Rhum agricole de la Martinique ». Mémoire de fin d'étude pour obtenir le titre de diplôme bio-ingénieur, orientation pédologie. Belgique, Université Catholique de Louvain, Faculté d'ingénierie biologique, agronomique et environnementale, Martinique, IRD, Laboratoire de biologie et organisation des sols tropicaux, 217 p.
- GREPHY, 2001a. Produits phytosanitaires en Martinique. Impact sur l'environnement et la sécurité alimentaire. Note rédigée le 25/02/01, à l'occasion de la venue de Mme Voynet en Martinique. Martinique, 6 p.
- GREPHY, 2001b. Compte-rendus de réunions (du 20/12/01). Martinique, Chambre d'agriculture.
- GRILLON-SCHNEIDER A., 1987. Canne, sucre et rhum aux Antilles et Guyane Française du XVII^e siècle au XX^e siècle. Tome 1. France, Ed. du Ponant s.a., 367 p.
- GUICHARNAUD-TOLLIS M., 2001. La canne à sucre : aux sources de l'antillanité cubaine. Communication présentée au Colloque international « Un produit, une filière, un territoire ». Toulouse (France), 21-22-23 mai 2001. Université de Toulouse-Le Mirail, UMR Dynamiques rurales.
- GUIHENEUF P.Y., 1995. Citadelles de sucre. L'utilisation industrielle de la canne à sucre au Brésil et en Inde : réflexions sur les politiques publiques de valorisation de la biomasse. GEYSER (Groupe d'études et de services pour l'économie des ressources). Disponible sur Internet [Consultation en 2001] URL : <http://www.echo.org/fr/construire/themes/industrialecology/ecin09.htm>.
- GUILLOU M., 1994. La qualité, instrument de politique agricole ? *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n° 28, pp. 51-57.
- GUTH, 1999. Présentation de l'Initiative internationale pour les récifs coralliens (ICRI). Compte-rendu de la réunion d'installation du comité de l'Initiative française pour les récifs coralliens (IFRECOR), 17 mars 1999.

HAGNIER J.C., 1999. Le commerce en Martinique. Grande surfaces : une vente sur deux. *Antiane économie*, n°43, pp. 13-16.

HALLUIN R., 1998. Le sucre : produit de luxe devenu produit de consommation courante. *PROSI Magazine*, juillet 1998, n°354, Industrie sucrière. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://prosi.net/mag98/354july/humbr354.htm>.

HARDY Y., 1989. La tribu des métros. In : « Antilles, espoirs et déchirements de l'âme créole ». *Autrement*, série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 122-131.

HARTMANN C., BLANCHART E., ALBRECHT A., BONNETON A., PARFAIT F., MAHIEU M., GAULLIER C., NDANDOU J.F., 1998. Nouvelles techniques de préparation des vertisols en culture maraîchère à la Martinique. Incidences pédologiques et agro-économiques. *Agriculture et développement*, n° 18, juin 1998, pp. 81-90.

HÉRY P., 1993. Rapport sur le plan triennal de redimensionnement de l'entreprise élaboré à la création de la société. Note interne. Fort-de-France, Martinique, Distillerie Depaz S.A., 2 p.

HERSILIE -HÉLOÏSE E., 1996. Patrimoine : l'épopée du rhum agricole. *France-Antilles Magazine*, du 3 au 9 août 1996.

HERSILIE -HÉLOÏSE E., 2001. Patrimoine : La Favorite, une histoire de famille. *France-Antilles Magazine*, du 2 au 8 juin 2001, pp. 6-8.

HUETZ DE LEMPS, 1997. Histoire du rhum. France, Ed. Desjonqueures, 287 p.

HUGHES C.G., ABOTTE E.V., WISMER C.A., 1964. Sugarcane diseases of the world. Vol. II. Amsterdam, Elsevier, 354 p.

HUGON P., 1988. L'industrie agroalimentaire. Analyse en termes de filières. *Revue Tiers monde*, t. XXIX, n°115, Juil.-Sept. 1988, pp. 665-693.

HUMBERT J.N., 1998. Environnement, agriculture et industrie sucrière. *PROSI Magazine*, juillet 1998, n°354, Industrie sucrière. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://prosi.net/mag98/354july/humbr354.htm>.

IAA, 1999. Le rhum et le palmarès 1999. Monde : 3^{ème} ; Europe : 5^{ème} ; France : 4^{ème}. Rubrique « des professionnels nous informent », d'après Panels de distribution. *Industries Alimentaires & Agricoles*, n°9, 116^{ème} année, septembre 1999, p. 11.

IAA, 2001. Marché des boissons alcoolisées : forces et faiblesses des enseignes. D'après une étude A.C. NIELSEN pour LSA. *Industries Alimentaires & Agricoles*, n°6, 118^{ème} année, juin 2001, p. 45.

IEDOM, 1992. La filière canne-sucre-rhum dans les départements d'outre-mer. France, 117 p.

IEDOM, 1993. Martinique. Rapport annuel 1993. France, Imp. de Montligeon, 169 p.

IEDOM, 1994. La Réunion. France, Imp. de Montligeon, 374 p.

IEDOM, 1995a. La Martinique en 1995. Rapport annuel. France, Imp. de Montligeon, 159 p.

IEDOM, 1995b. La situation du secteur à la Martinique. France, Imp. de Montligeon, 23 p.

IEDOM, 1997. La Martinique en 1996. Rapport annuel. France, Imp. de Montligeon.

IEDOM, 1998. La Martinique en 1997. Rapport annuel. France, Imp. de Montligeon, 145 p.

IEDOM, 1999. La Martinique en 1999. Rapport annuel. Martinique, Imp. Berger Bellepage, 192 p.

IEDOM, 2000a. La Martinique en 2000. Rapport annuel. Martinique, Imp. Berger Bellepage, 163 p.

IEDOM, 2000b. La Réunion en 2000. Rapport annuel. Réunion, Imp. Graphica, 180 p.

IEDOM, 2001a. La Guadeloupe en 2000. Rapport annuel. Guadeloupe, Imp. Prim, 184 p.

IEDOM, 2001b. La Guyane en 2000. Rapport annuel. Guyane, Imp. RGI, 171 p.

IFRECOR, 1999. Présentation de l'Initiative française pour les récifs coralliens. Disponible sur Internet [Consultation en 2001, mise à jour de 1999]. URL : <http://www.environnement.gouv.fr/ifrecor/domtom/matdmf.htm>.

IGN, 2000. Photographies aériennes : couverture de la Martinique. Exploitation au CTCS pour le Système d'information géographique pour l'agriculture à la Martinique (SIGAM).

INAO, 1993. Rhum agricole de la Martinique. Demande d'accèsion en AOC. Rapport de la Commission

d'enquête. Paris (France), 23 p.

INAO, 1995. Rhum agricole de la Martinique. Demande d'accession en AOC. Rapport de la Commission d'enquête. Paris (France).

INAO, 2001. Protection internationale des appellations d'origine contrôlées. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/appe/00welcome.html>

INFOPLUS Télémedias, 1999. Le dossier « rhum ». Martinique.

INITIATIVES, 2000. Audit de gestion de la SAEM-PSRM « Le Galion ». Phase 1 : Diagnostic et analyse économiques et financiers de l'entreprise. Rapport d'étude. Paris (France), Initiatives-Conseils de Directions, 100 p.

INRA-SAD, 1980. Eléments pour une problématique sur les systèmes agraires et le développement. Compte rendu de l'Assemblée constitutive du Département systèmes agraires et développement, Toulouse, 20 novembre 1979. Paris (France), 126 p.

INRA, 2002. Des boissons à base de jus de canne à sucre. *Presse info*, déc. 2001 / janv. 2002. Disponible sur Internet [mise en ligne : le 29/03/02]. URL : <http://www.inra.fr/PRESSE/dec01/nb3.htm>.

INSEE, 1999. Données statistiques : chiffres clés de la région Martinique ; recensement général de la population, etc. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.insee.fr>.

ISSN, 1999. *Barème Social Périodique*, n° 46.

JARNOUX J., 1998. Mise en œuvre et bénéfice de la première AOC d'outre-mer. Rapport présenté pour l'obtention du DESS Droit de l'Agro-alimentaire. Université de Nantes (France), Faculté de droit, 120 p.

JEAN-BAPTISTE I., GROLLEAU O., 2000. Le sous-acétate de plomb, source de rejet polluant : étude d'une solution alternative, le polarimètre laser. Rapport technique 2000. Lamentin, Martinique, CTCS, 12 p.

JOET M., 2000. Spécificités et durabilité de la production de canne à sucre à la Martinique. Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'Ingénieur en agronomie tropicale, Master of sciences, option Agronomie et innovations en milieu rural. Montpellier (France), CNEARC, 163 p.

JORF, 1996a. Décret du 5 novembre 1996 relatif l'agrément des rhums bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée. NOR : FCE9600197D. *Journal officiel de la République française*, 8 novembre 1996, pp. 16359-16360.

JORF, 1996b. Décret du 5 novembre 1996 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique ». NOR : FCEC9600198D. *Journal officiel de la République française*, 8 novembre 1996, pp. 16360-16362.

JORF, 2002a. Avis aux fabricants, distributeurs et utilisateurs de produits phytopharmaceutiques visés par le décret n°94-359 du 5 mai 1994 relatif au contrôle des produits phytopharmaceutiques. NOR : AGRG0201659V. *Journal officiel de la République française*, du 18 août 2002, pp. 13961-13963.

JORF, 2002b. Décret du 8 février 2002 modifiant le décret du 5 novembre 1996 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique ». NOR : AGRP0101187D. *Journal officiel de la République française*, du 12 février 2002, p. 02817.

JOUBE P., 1976. Un exemple de diagnostic agronomique : l'étude des plantations de canne à sucre dans les coopératives de la région de Moghane (Ghard – Maroc). Département d'agronomie de l'Institut agronomique et vétérinaire Hassan II. Rabat (Maroc), 58 p.

JOUBE P., 1986. Quelques principes de construction de typologies d'exploitations agricoles suivant différentes situations agraires. *Les cahiers de la recherche développement*, n°11, pp. 48-56.

JOUBE P., 1988. Quelques réflexions sur la spécificité et l'identification des systèmes agraires. *Les cahiers de la Recherche-Développement*, n°20, pp. 5-16.

JOUBE P., 1992. Le diagnostic du milieu rural de la région à la parcelle : approche systémique des modes d'exploitation agricole du milieu. Montpellier, CNEARC, Coll. Etudes et Travaux, n°6, 40 p.

JOUBE P., 1997a. Approche systémique des modes d'exploitation agricole du milieu rural. Dossier d'habilitation à diriger des recherches. Université de Paris X – Nanterre (France), 147 p.

JOUBE P., 1997b. Des techniques aux pratiques. Conséquences méthodologiques pour l'étude des systèmes de production agricole et le développement rural. Actes du colloque SPP/E sur le thème « Méthodes pour comprendre et mesurer les pratiques agraires en milieu tropical et leurs transformations », 10-11 décembre 1997, Université Abdou Moumouni, Niamey (Niger), pp. 101-114.

JOUBE P., CASSÉ M.C., 2000. Dynamiques agraires et construction sociale du territoire. Montpellier (France), CNEARC, 171 p.

- JOUVE P., MERCOIRET M.R., 1987. La Recherche-Développement : une démarche pour mettre les recherches sur les systèmes de production au service du développement rural. *Les Cahiers de la recherche-développement*, n°16, pp. 8-13.
- JHOTY I., 1997. L'aménagement des terres pour maximiser la production. *PROSI Magazine*, Recherche sucrière, n°339.
- KANG B.T., 1989. Nutrient management for sustained crop production in the humid and subhumid tropics. Haren (Pays-Bas), Instituut voor Bodemvruchtbaarheid, pp. 3-28.
- KAPP B., 2001. La solution de l'esclavage. *Le monde économie*, 19/03/01.
- KOVÁTS-BEAUDOUX E., 1989. Ces messieurs de la Martinique. « Antilles, espoirs et déchirements de l'âme créole ». *Autrement*, série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 107-115.
- KEERTHIPALA A.P., DHARMAWARDENE N., 2001. Determining optimal replanting cycles of sugarcane. *Proc. Int. Sugar Cane Technol.*, n°24, pp. 65-69.
- KERVEGANT D., 1946. Rhum et eaux-de-vie de canne. Vannes (France), Ed. du Golfe.
- KHAMSOUK B., 2001. Impact de la culture bananière sur l'environnement. Influence des systèmes de cultures bananières sur l'érosion, le bilan hydrique et les pertes en nutriments sur un sol volcanique en Martinique (cas du sol brun rouille à halloysite). Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'ENSA Montpellier, discipline : science du sol. Montpellier, 220 p.
- KLAUS R., 2001. Le sucre a-t-il un avenir ? Présentation le 28 août 2001 lors d'une rencontre au CIRAD, programme canne à sucre, Montpellier.
- KOROMPLI K., 2000. Animation des mesures agri-environnement en Martinique. Bilan technique. Lamentin, Martinique, Chambre d'agriculture, 6 p.
- LABAT J.B., 1979. Nouveau voyage aux Isles d'Amérique. Paris (France), Ed. Seghers.
- LAGOUTTE C., 1998. L'économie du rhum. *Figaro magazine économie*, 25 mai 1998.
- LAGRANGE L., BRIAND H., TROGNON L., 1999. Importance économique des filières agroalimentaires de produits sous signes officiels de qualité. Etude comparée de leur évolution en France, dans le Massif central et dans l'Union européenne. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole ». Actes du colloques SFER, 14-15 avril 1999, ENITA, INRA.
- LANÇON F., 1998. Les principales caractéristiques du marché sucrier. Produits tropicaux, CIRAD-CA. Disponible sur Internet. [consultation en 2001]. URL : <http://www.cirad.fr/publications/documents/produitstrop/1998/sucre981.htm>.
- LANDAIS E., 1998. Agriculture durable : les fondements d'un nouveau contrat social ? *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n°33, pp. 5-22.
- LANDAIS E., DEFFONTAINES J.P., BENOIT M., 1988. Les pratiques des agriculteurs. Point de vue sur un courant nouveau de la recherche agronomique. *Etudes rurales*, n°109, pp. 125-158.
- LARA O.D., 1992. Caraïbes en construction : espace, colonisation, résistance. Épinay (France), Ed. du CERCAM.
- LARCHÉ J., BALARELLO J., BRET R., DEJOIE L., DERYCKE D., HYEST J.J., JARLIER P., LANIER L., OTHILY G., SUTOUR S., 2000. Guadeloupe, Guyane, Martinique, la Réunion : la départementalisation à la recherche d'un second souffle. Rapport d'information n°366 (1999-2000). Paris, Sénat, Commission des lois. Annexe au procès verbal de la séance du 30 mai 2000, 90 p. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.senat.fr/rap/r99-366/r99-3661.pdf>.
- LARCHER R., 2000. Désherbage de la canne à sucre. Etude d'une nouvelle matière active. Rapport de stage pour la maîtrise de biologie cellulaire et physiologie. CTCS, Martinique, Université Blaise Pascal. Clermont-Ferrand (France), 16 p.
- LARGANGE A., 1999. La coopération solidaire, un défi pour le XXI^e siècle. Rapport : Martinique / coopération régionale. Fort-de-France, Martinique. Disponible sur Internet [Consultation en 2001] URL : <http://www.mygale.org/cadencescreoles/RapportCooperationRegionale.htm>.
- LARRERE R., VERMERSCH D., 2000. Agriculture et environnement : l'économie rurale revisitée. *Economie rurale*, n°255-256, pp. 104-113.
- LAROUSSE, 2000. Le petit Larousse illustré 2001. Paris (France), 1786 p.
- LAURET E., 1976. Recherche sur le sous-développement de la Réunion. Le rôle joué par la monoculture de la canne à sucre dans cette situation. Thèse de doctorat de troisième cycle en sciences économiques. Aix en Provence

(France), 354 p.

LAURET F., 1990. De l'utilisation de la notion de filière dans la recherche agronomique. *In* : « Economie des filières en régions chaudes : formation des prix et échanges agricoles ». France, CIRAD, pp. 35-36.

LEFEVRE D., 2001. La Réunion : l'héritage colonial. Encyclopædia Universalis France S.A. Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : http://www.edu-universalis.com/doc/atlas/articles/p152941_1.htm#som6.

LE GAL P.Y., 1995. From decision-making process analysis to modelling and simulation of farm management : Application to work organization in two rice-based farming systems. Paper presented to the International symposium "Systems approaches for agricultural development", IRRI, Los Banos, Philippines, 6-8 december 1995. Montpellier (France), CIRAD, 21 p.

LEGAY J.M., 1986. Méthodes et modèles dans l'étude des systèmes complexes. *Les Cahiers de la Recherche-Développement*, n°11, pp. 1-6.

LEGUDE B., 2001. Proposition d'étude. Pesticides et alimentation en eau potable en Martinique : identification et quantification des principaux phytosanitaires et de leurs métabolites pertinents. Etude de leur élimination par adsorption sur charbons actifs lors du traitement des eaux de consommation. Université de Poitiers, Laboratoire de chimie de l'eau et de l'environnement (UMR CNRS 6008), Conseil général de la Martinique, Préfecture de Martinique. Poitiers, 14 p.

LERANDY L., 2001. Un espace culturel, pédagogique, touristique : la plantation Saint-James distille son savoir-faire. *France-Antilles Martinique*, 18 oct. 2001.

LERO Y., 1977. Peau d'ébène (Poèmes). Carbet (Martinique), Imp. Copyrapid, 54 p.

L'ÉTANG G., 2001. Vini wè Kouli-a. Anthropologie d'une chanson créole. Disponible sur Internet. [Consultation en 2001]. URL : <http://kapeskreol.online.fr/anthologiechansoncreole.htm>.

LÉVY S., 1993. Mise en place d'une unité de compostage en Martinique. DESS Gestion des ressources naturelles renouvelables, option Génie de l'environnement. Anténor Martinique, Université des sciences et techniques de Lille, 61 p.

LEWIS A.W., 1954. Economic development with unlimited supply of labor. *The Manchester School of economic and social studies*, Vol. XXII, n°2, pp. 139-191.

LIRUS, 1979. Identité Antillaise. Contribution à la reconnaissance psychologique et anthropologique des Guadeloupéens et des Martiniquais. Paris (France), Editions Caribéennes, Coll. Regard, 273 p.

LISE C., TAMAYA M., 1999. Les départements d'outre-mer aujourd'hui : la voie de la responsabilité. Rapport au Premier ministre. Paris (France), Ed. La documentation française, Coll. des rapports officiels, 214 p.

LOCKERETZ W., 1990. Major issues confronting sustainable agriculture. *In* : FRANCIS Ch., BUTLER F.C., KING L.D. Eds. « Sustainable agriculture in temperate zones ». Wiley, Interscience, pp. 423 et ss.

LOUIS M., 2000. Production agricole, consommation et économie en Martinique (L'homme en questions ?). *In* : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 45-53.

LOUIS-JOSEPH C., 1987. L'économie du sucre et du rhum à la Martinique de 1945 à 1986. *In* : GRILLON-SCHNEIDER A. Coord. « Canne, sucre et rhum aux Antilles et Guyane françaises du XVII^e au XX^e siècle ». France, Ed. du Ponant, tome 2, pp. 233-268.

LOUISOR J., 1997. Essais herbicides de pré-émergence sur canne en Martinique. Rapport de stage, Maîtrise de Sciences et technologie. CTCS-Martinique, Université Antilles-Guyane. Guadeloupe.

LUC J.M., 1997. A la Martinique : une éclaircie pour l'activité rhumière. *Antilla*, 12/02/97.

LUCRÈCE A., 2000. Souffrance et jouissance aux Antilles. Essai. Trinité, Martinique, Ed. Gondwana, Coll. Paroles d'isi-a, 223 p.

LUCRÈCE A., MANUEL M., 1997. Quel devenir pour la filière canne-sucre-rhum au XXI^{ème} siècle ? Journées de réflexion organisées dans le cadre de la manifestation « La Canne Sacrée », 17 et 24 octobre 1997. Schœlcher, Martinique, Office des sports, de la culture et des loisirs (OSCL), 22 p.

MADININA WEB, 2000. Grève à RFO : on veut des cadres antillais. Disponible sur Internet. [Consultation en 2001]. URL : <http://perso.wanadoo.fr/madininaweb/actu12juin2000.htm>.

MADININA WEB, 2001. Le Galion sous perfusion. Semaine du 4 juin au 10 juin 2001. Disponible sur Internet. [Consultation en 2001]. URL : <http://perso.wanadoo.fr/madininaweb/actu12juin2000.htm>.

MAGNAN A., 2001. Témoignage de l'Agence d'urbanisme et d'aménagement de la Martinique (ADUAM). In : BURAC M. Dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), Ed. Karthala, pp. 187-194.

MARIELLO P., 1999. La distillerie JM fête sa 210^{ème} campagne rhumière. *France-Antilles Martinique*, 26/03/99.

MARGUERITE P., 1996. Une île au carrefour de plusieurs continents. *Région économie*, n°26, 12/1996. Ministère des affaires étrangères. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : http://www.france.diplomatie.fr/label_france/FRANCE/REGION/MARTI/eco.html.

MARIE D., 2000. Les attentes du consommateur martiniquais. In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 56-59.

MARIE-JEANNE A., 2000. Martinique, une volonté farouche de sortir de l'impasse. In : Commission des Iles de la CRPM (Conférence des régions périphériques maritimes). « Quel statut pour les îles d'Europe ». Ed. L'Harmattan. Extrait, 3 p. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://eurisles.com/textes/statut_iles/martiniquefr.htm.

MARTIN J.P., ABOTTE E.V., HUGHES C.G., 1961. Sugarcane diseases of the world. Vol. I. Amsterdam, Elsevier, 542 p.

MATLON P. J. Analyse critique des objectifs, méthodes et progrès accomplis à ce jour dans l'amélioration du sorgho et du mil : une étude de cas de l'ICRISAT / BURKINA FASO, pp. 181-211.

MAZOYER M., 1987. Rapport de synthèse du colloque « Dynamique des systèmes agraires ». Paris (France), 16-18 nov. 1987.

MBOLIDI-BARON, 2000. Note sur le brûlage de la canne. Lamentin, Martinique, CTCS, 2 p.

MBOLIDI-BARON H., JEAN-BAPTISTE I., GROLLEAU O., JOET M., 2000. De la durabilité des systèmes de production canniers à la durabilité de la filière canne en Martinique. Premiers éléments sur l'analyse technique et économique des systèmes de production canniers. Bilan d'étude 1999. Lamentin, Martinique, CTCS, 57 p.

MBOLIDI-BARON H., JEAN-BAPTISTE I., MARIE-SAINTE E., GROLLEAU O., 2000. Guide variétal : les variétés de canne à sucre cultivées en Martinique pour la fabrication de sucre et l'élaboration de rhums. Lamentin, Martinique, CTCS, 57 p.

MBOLIDI-BARON H., SANCHEZ S., COQUART D., JOUVE P., 2001. Construction de l'Appellation d'origine contrôlée « Rhum agricole Martinique » : une AOC identitaire pour le développement ? Communication au colloque « un produit, une filière, un territoire ». Toulouse, 21-23 mai 2001. UMR Dynamiques rurales, GDR MOCA (Montagnes et communautés agraires), UMR DYMSET (Dynamiques des milieux et des sociétés dans les espaces tropicaux), CEREHT (Centre de recherches sur les Hautes Terres, Cameroun). Actes à paraître.

MÉTÉO FRANCE, 1999. Bulletin climatologique. Martinique.

MIATÉKÉLA J., 1994. Etude de la fertilisation de la canne à sucre à la Martinique : aspects techniques et aspects économiques. Mémoire pour l'obtention du diplôme d'Ingénieur des techniques agricoles. Montpellier (France), CNEARC-EITARC, 78 p.

MICHAUX-CHEVRY L., KARAM A., MARIE-JEANNE A., 1999. Les régions d'outre-mer : le courage politique au service du développement. Réunion des Présidents de région : Guadeloupe - Guyane - Martinique. Déclaration finale. Basse-Terre, Guadeloupe.

MICHELIN Y., 2001. Le paysage, un levier du développement local. In : DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P. « Territoires et acteurs du développement local. De nouveaux lieux de démocratie ». Gémenos (France), Editions de l'Aube, pp. 119-132.

MIGAUD D., 1998a. Rapport n°1111, fait au nom de la commission des finances, de l'économie générale et du plan, pour le projet de Loi de finances pour 1999 (n°1078). Annexe n°36 : Outre-mer, Départements d'outre-mer. France, Assemblée générale, octobre 1998. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : http://www.assemblee-nationale.fr/budget/plf99/b1111-36.asp#P431_9567.

MIGAUD D., 1998b. Rapport d'information n°1060, fait au nom de la commission des finances, de l'économie générale et du plan, sur les incitations fiscales à l'investissement outre-mer. France, Assemblée nationale. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.assemblee-nationale.fr/rap-info/i1060.asp>.

MILLEVILLE P., 1972. Approche agronomique de la notion de parcelle en milieu traditionnel africain : la parcelle d'arachide en moyenne Casamance. *Cahier de l'Orstom*, Série Biologie n°17, pp. 23-27.

MILLEVILLE P., 1987. Recherches sur les pratiques des agriculteurs. *Les cahiers de la recherche-*

développement, n° 16, pp. 2-7.

Ministère de la coopération et du développement, 1991. Mémento de l'agronome. Coll. Techniques rurales en Afrique. France, 1635 p.

Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement, 1996. Charte de la concertation. Appel à projets. « Les outils et démarches en vue de la réalisation d'agendas 21 locaux ». Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : <http://www.agora21.org/nouveau/nouveau-territoire.html>.

Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement, 2000. Décret du 7 juillet 2000 portant création du Comité de l'initiative française pour les récifs coralliens (IFRECOR). NOR : ATEN0080012D.

Ministère de l'outre-mer, 1999. Evolution du dossier concernant l'éventuelle implantation d'un complexe agro-alimentaire sucrier dans l'Ouest guyanais. JO Sénat du 15/04/1999, p. 1271.

MONROSE N., 1992. Les transformations de l'économie agricole à la Martinique. Thèse de sciences économiques. Université de Montpellier (France).

MONTIGAUD J.C., 1990. Les filières fruits et légumes et la grande distribution : méthodes d'analyse et résultats. In : « Economie des filières en régions chaudes : formation des prix et échanges agricoles ». CIRAD, pp. 37-54.

MONTIGAUD J.C., 1992. L'analyse de filière agroalimentaire : méthode et premiers résultats. In : « Economie et sociétés, série développement agro-alimentaire », AG n°21, juin 1992.

MONTJEAN J.-P., 1998. Cannes créoles, cannes d'hier... et de demain. Rapport de BTSA. Lamentin, Martinique, LEGTA de Croix Rivail, CTCS, 43 p.

MORIN L., 1992. Marché européen de quotas sucriers. Paris (France), INA ESR Grignon, 77 p.

MORIN E., 1999. Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur. UNESCO, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : <http://www.agora21.org/dd.html>.

MORVAN Y., 1985. L'économie industrielle et la filière. Extrait de « L'analyse de filière ». Paris (France), ADEFI Ed., Coll. Firme et système industriel, Economica, pp. 5-9.

MOUSNIER M., CAILLE B., BÉGOT D., 1990. Atlas historique du patrimoine sucrier de la Martinique (XVII-XX^e s.). Paris (France), Ed. L'Harmattan, 104 p.

MSIRI, 1998. Bilan des travaux sur la plantation mécanique de la canne. *PROSI Magazine*, Janvier 1998, n° 348. Disponible sur Internet [consultation en février 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag98/348jan/errol348.htm>

MSIRI, 2000. Qualité de la canne et coût de production. *PROSI Magazine*, Juillet 2000, n° 378. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag2000/378july/qual378.htm>.

MULDER J., 1999. La politique de qualité des produits agricoles et agroalimentaires dans l'Union européenne : résolution adoptée par le Parlement européen. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole ». Actes du colloque SFER, 14-15 avril 1999. ENITA, INRA, pp. 143-146.

NÉGOUAI G., 1987. Lettre ouverte sur la destruction du patrimoine foncier, 14 mars 1987, aux Présidents du Conseil général et du Conseil régional de la Martinique. Fort-de-France, Martinique, Comité de résistance à la destruction de l'environnement martiniquais (CORDEM), 2 p.

NÉLIDE F., 1998. Le lotissement et l'aménagement des lots dans le cadre de la politique des structures et l'action foncière. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». France, CNASEA Ed., pp. 103-108.

NÉLIDE F., 2001. L'évolution du problème foncier des années 60 à nos jours, à la Martinique. In : BURAC M. Dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), Ed. Karthala, pp. 167-170.

NÉZET B., 1995. Elaboration d'une typologie pour l'amélioration des systèmes de culture à base de canne à sucre : le cas des communes de Sainte-Marie et de Sainte-Suzanne. Mémoire pour l'obtention du Diplôme d'ingénieur agronomique de l'INA-PG. Paris (France), 50 p.

NICOLAS A., 1997. L'histoire de la Martinique.

NIELSEN AC., 1999. Etude de marché sur les rhums.

OPEN SOFT SYSTEM, 1992. L'annuaire du pouvoir à la Martinique. Schoelcher, Martinique, 336 p.

OPEN SOFT SYSTEM, 2000. Baromètre global – Marché du rhum. Présentation graphique et informatique des résultats. Schœlcher, Martinique.

Organisation des Nations Unies, 1992. Sommet Planète Terre. Déclaration de Rio sur le développement et l'environnement. Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement. 3-14 juin 1992, Rio de Janeiro (Brésil). Disponible sur Internet [consultation en février 2001]. URL : <http://www.un.org/french/events/rio92/rio-fp.htm>.

ORLAY L., 2001. Des représentations archaïques autour de la plantation sucrière à la Martinique. In : EADIE E. Dir. « La route du sucre du VII^e au XVIII^e siècle ». Actes du colloque organisé par l'Association populaire pour l'éducation scientifique. Schœlcher, 2000. Martinique, Ed. Ibis rouge, pp. 299-304.

ORSTOM, 1972. Carte pédologique de Martinique établie sous la direction de F. COLMET-DAAGE.

OSTY P.L., 1978. L'exploitation agricole vue comme un système. Diffusion de l'innovation et contribution au développement. *Bull Techn. Inf. Min. Agric.*, n°326, pp. 43-49

OSTY P.L., LANDAIS E., 1994. Qualité et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs. Avant-propos. *Etudes et Recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n°28.

OUALALOU L., 1999. L'économie antillaise à la dérive. *Le Figaro*, Oct. 1999.

OVIDE-ETIENNE G., 1998. Intervention. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». Actes du colloque international, 24, 25 et 26 novembre 1997, Saint-Denis, Ile de la Réunion. France, CNASEA, p. 41.

OZIER-LAFONTAINE H., 2000. Les associations de cultures : une alternative pour une agriculture de qualité et durable aux Antilles ? In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 179-184.

OZIER-LAFONTAINE L.F., 1999. Martinique, la société vulnérable. Trinité, Martinique, Ed. Gondwana, Coll. Paroles d'isi-a, 278 p.

Panel distributeurs, 1999. Etude de marché sur les rhums. *Revue Rayons et boissons*. Paris.

PAPY F., 1993. Savoir pratique sur les systèmes techniques et aide à la décision. First european convention on farming systems research/extension, 6-9/10/1993, Edinburgh (Ecosse). INRA, Unité de recherche « Systèmes agraires et développement », INA P-G, Thiverval-Grignon (France), 13 p.

PASCAULT J., 1992. Réflexion sur la situation de l'industrie sucrière martiniquaise. Comm. personnelle. Trinité, Martinique, 20 p.

PATRIAT F., 1998. Extrait du débat sur la loi d'orientation agricole (n° 977, 1058). Assemblée nationale, 5 octobre 1998. Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : <http://www.agora21.org/nouveau/nouveau-territoire.html>.

PAUL C., 2001. Perspectives pour les économies de l'outre-mer français. Semaine du réseau de l'agence française de développement. Intervention de Christian Paul, Secrétaire d'Etat à l'outre-mer, le 7 février 2001.

PAUL J.L., BORY A., BELLANDE A., GARGANTA E., FABRI A., 2000. Quel système de référence pour la prise en compte de la rationalité de l'agriculteur : du système de production agricole au système d'activité. In : Actes du Colloque « Recherches-système en agriculture et développement rural », Montpellier 21-25 novembre 1994, pp. 46-52.

PAULIN M.H., 2000. Les déchets dans la ligne de mire. *Antiane Economie*, n°45, pp. 5-6.

PECQUEUR B., 2001. Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Economie rurale*, n° 261, janv.-févr. 2001, pp. 37-49.

PELLERIN-MASSICOTTE J. 1991. Évaluation de la condition physiologique de *Crassostrea rhyzophorae* et de la contamination de la chaîne alimentaire dans la baie de Fort-de-France. France, Rapport PNUE, 18 p.

PERRIER-CORNET P., 1986. Le massif « Baronnais », les paradoxes de la croissance en montagne : éleveurs et marchands solidaires dans un système de rente. *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, n°2, Avril 1986.

PERRIER-CORNET P., SYLVANDER B., 1999. Les stratégies de qualité des entreprises et l'organisation des filières : stratégies économiques. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole ». Actes du colloque SFER, 14-15 avril 1999. France, ENITA, INRA, pp.107-118.

PERROT C., LANDAIS E., 1993. Exploitations agricoles : pourquoi poursuivre la recherche sur les méthodes typologiques ? *Les Cahiers de la recherche développement*, n°33, dossier : méthodes d'études en milieu paysan, pp. 13-23.

PERROT D., 1996. Le régime communautaire du rhum. In : UAG (Université des Antilles-Guyane), CARDH

(Centre antillais de recherche et de documentation historique), CEDRAC (Centre d'études, de documentation et de recherche en affaires caribéennes). « Rhum et production rhumière aux Antilles ». Colloque du 10 décembre 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, pp 111-126.

PETITJEAN-ROGET B., 1979. L'épopée de la canne à sucre. Ed. Le Mémorial Martiniquais.

PETITJEAN-ROGET B., 1981. Situation économique des Antilles à la veille de la départementalisation : le cas de la Martinique. Historial Antillais, vol. VI. Paris (France), Société Dajani.

PHILOGENE R., 1991. Environnement, société et éducation. In : ADEP. Actes du colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire ». Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 37-39.

PILLEBOUE J., 1992. Un produit, une filière, un pays. In : « L'Armagnac, un produit, un pays ». Ed. Herges, Coll. Etat des lieux. Toulouse (France), Presses universitaires du Mirail, pp. 39-73.

PILLEBOUE J., 1993. La filière viti-vinicole armagnacaise. Toulouse, UMR Dynamiques rurales, Université de Toulouse-le Mirail, Institut national polytechnique, Ecole nationale de formation agronomique, 70 p.

PILLEBOUE J., 1999. La qualité agro-alimentaire et ses territoires productifs. *Sud-Ouest européen*, n°6, pp. 1-8. Toulouse, Presses universitaires du Mirail.

PILLEBOUE J., 2001. Introduction au colloque « Un produit, une filière, un territoire ». Toulouse, 21-22-23 Mai 2001. UMR Dynamiques rurales, GDR MOCA (Montagnes et communautés agraires), UMR DYMSET (Dynamiques des milieux et des sociétés dans les espaces tropicaux), CEREHT (Centre de recherches sur les Hautes Terres, Cameroun). Actes à paraître.

PLASSARD F., 1999. Le développement humain et le temps choisi. Texte paru sur la liste de discussion francophone d'ATTAC (Association pour une taxation des transactions financières pour l'aide aux citoyens). Disponible sur Internet [mise à jour en mai 2001]. URL : <http://www.attac.org>.

PLASSARD F., 2002. Méthode n'est pas recette. Article du centre d'études et de recherche en espace rural. Disponible sur Internet [consultation en 2002]. URL : <http://cerer.free.fr/cerer/articlemethode.htm>.

POIRINE B., 1993. Le développement par la rente dans les petites économies insulaires. *Revue économique*, n°6, nov. 1993, pp. 1169-1200.

POUZENC M., 1999. Grande distribution alimentaire et recomposition des territoires. Etude de stratégies d'acteurs dans les zones rurales de Midi-Pyrénées. Thèse présentée pour le doctorat d'Etudes rurales, mention géographie. Toulouse, Université de Toulouse-Le Mirail, Département de géographie et aménagement, UPRES Dynamiques rurales, Vol. I., 298 p.

Préfecture de la région Martinique, 1999. Arrêté fixant le règlement d'exécution de la mesure « La coupe en vert de la canne à sucre » dans le cadre de l'opération locale réduction d'intrants des mesures agri-environnementales. Fort-de-France, Martinique, 4 p.

Préfecture de la région Martinique, 2001. Arrêté n°01201 fixant la composition et le mandat du Groupe régional phytosanitaire de Martinique (GREPHY). Fort-de-France, Martinique, 4 p.

Préfecture de la région Martinique, 2002. Compte rendu de la deuxième réunion sur le prix de la tonne de canne tenue le 15 février 2002 à la DAF. Fort-de-France, Martinique, 3 p.

PROD'HOMME J.P., 2001. Quels acteurs pour quel développement local ? In : DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P., Dir. « Territoires et acteurs du développement local. Des nouveaux lieux de démocratie ». France, Editions de l'Aube, Coll. Monde en cours, pp. 35-47.

PROSI, 1996. Un nouveau procédé : la steam explosion. Un entretien avec le Professeur George Chan. *PROSI Magazine*, août 1996, n° 331, Actualités. Maurice, pp. 1-3. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag96/chan331.htm>.

PROSI, 1997. La recherche sucrière et la protection de l'environnement : la problématique des produits agrochimiques. *PROSI Magazine*, mai 1997, n° 340, Environnement. Maurice. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag97>.

PROSI, 1998. Industrie sucrière. 31^e Fête de la Moisson à Union Saint Aubin. *PROSI Magazine*, n°354, juillet 1998. Maurice. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag98>.

PROST J.A. 1996. Qualité et organisation des filières. INRA, Laboratoire de recherches sur le développement de l'Élevage, Corté (Corse), p. 3

PULVAR J.M., 2001a. La dernière sucrerie serait-elle en sursis ? Martinique outre-mer, 23/05/2001. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://martinique.outremer.com/>.

PULVAR J.M., 2001b. La dernière sucrerie serait-elle en sursis ? Martinique outre-mer, 29/05/2001. Disponible

sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://martinique.outramer.com/>.

RAOUL D., 2001. Projet de loi de finances pour 2002 - Tome XXII : Outre-mer. Avis 89 - Tome XXII (2001-2002) - Annexe au procès-verbal de la séance du 22 novembre 2001. Avis présenté au nom de la Commission des affaires économiques et du Plan sur le projet de loi de finances pour 2002, adopté par l'Assemblée nationale.

RAVELO S.B., RAMOS E.L.S., MEJIAS R., 1991. Sugar cane deterioration and its implications in the factory. *International sugarcane journal*, vol. 93, n°1103, pp. 82-85.

RELOUZAT R., 1998. Tradition orale et imaginaire créole. Petit-Bourg, Guadeloupe, Ed. Ibis Rouge, 228 p.

RENARD G., 1998. Intervention dans la restitution de l'Atelier 1, Politique des structures, action foncière et création d'exploitations agricoles. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». France, CNASEA Ed., pp. 513-514.

RENARD G., 2001. Une Martinique sans canne serait une Martinique déshabillée ! Propos recueillis par Guy Saintot. Interview sur *Hello Caribbean, le journal du tourisme et de l'évasion*. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://www.hello-caribbean.com/hello19/itv_gr.htm

REQUIER-DESJARDINS D., 2000. L'économie du développement et l'économie des territoires : vers une démarche intégrée ? In : CIRAD. « Usage de la notion des territoires dans différentes disciplines scientifiques ». Comité scientifique de la délégation économie et sciences sociales, 30 novembre 2000. Montpellier, Agropolis.

RICARD C., CLAUDEZ P., 1994. Développement durable : concepts « durables » ? Un état des lieux des actions et réflexions menées en matière de recherche de modes de développement agricole durable. Paris (France), Ministère de l'agriculture et de la pêche, Direction des affaires financières et économiques, 67 p.

RICARD D., 1999. Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères. *Sud-Ouest européen*, n° 6, pp. 31-40. Toulouse (France), Presses universitaires du Mirail.

RICHER Y.M., 1992. Le rhum de Martinique : son intégration dans l'économie régionale et internationale. Mémoire de DEA « Caraïbe, Amérique latine ». Martinique, Université des Antilles et de la Guyane, Faculté des lettres et sciences humaines, 137 p.

RICHER Y.M., 1996. Une géographie du rhum en trois dimensions. In : UAG, CARDH, CEDRAC. « Rhum et production rhumière aux Antilles ». Colloque du 10 décembre 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, pp. 69-81.

RIOTTE B., 1998. Cahier des charges à suivre pour l'appellation d'origine contrôlée (AOC) Martinique. In : AMADEPA (Association martiniquaise pour le développement des productions agricoles), CTCS-Martinique, Chambre d'agriculture. Journée technique Canne à sucre, 9 juillet 1998. Lamentin (Martinique), pp. 99-103.

RONCIN F., 1996a. Appellation d'origine contrôlée. Exemple du rhum de la Martinique. Actes du 2^{ème} colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996, pp. 37-39.

RONCIN F., 1996b. Contribution à la mise en évidence de la typicité des rhums agricoles de la Martinique. Comparaison de deux jurys d'analyse sensorielle. Confrontation avec l'analyse des composés volatils des rhums. Actes du 2^{ème} colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996, pp. 199-206.

RONCIN F., 1999. Appellation d'origine et usages locaux : de la nécessité de l'innovation. Exemple d'un produit situé dans un contexte industrialisé lors de la reconnaissance en AOC : le rhum de la Martinique. 67th EAAE Seminar. The socio-economics of origin labelled products in agrifood supply chains : spatial, institutional and coordination aspects. Le Mans (France), 28-30 octobre 1999.

ROSEMAIN R., 1978. La canne à sucre. Cours destiné aux cadres et agents de maîtrise des exploitations agricoles. Lamentin, Martinique, 85 p.

ROSEMAIN R., BARON H., 1999. The quality of the raw material for the production of « rhum agricole » : the case of Martinique. Proceedings of the Caribbean food crops society, 35th Annual meeting, Sainte-Lucia, 25-31 July 1999, pp. 108-118.

ROSE-ROSETTE R., 1986. Le Punch martiniquais. Extrait de la Conférence donnée pour la 1^{ère} fois à Fort de France le 12 septembre 1986. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.hello-caribbean.com/hello19/canne8.htm>.

ROTT P., BAILEY R.A., COMSTOCK, CROFT B.J., SAUMTALLY (EDIT.), 2000. A guide to sugarcane diseases. France, CIRAD, ISSCT, Coll. Repères, 339 p.

ROYBIN D., 1987. Typologies de fonctionnements d'exploitations : quelles applications pour le développement ? Un exemple : l'étude de groupe pratiquée par les Centres de gestion. GIS Alpes du Nord / SUACI Montagne Alpes du Nord / INRA-SAD / CGER Haute-Savoie, 45 p.

- RUPAIRE S., 1982. Cette igname brisée qu'est ma terre natale. Gran parad ti kou baton. Paris (France), Ed. Caribéennes, 62 et 48 p.
- SABBAH L., 2001. Ecrivains français d'outre-mer. La créolité. Bibliothèque du Ministère des affaires étrangères. Disponible sur Internet [Consultation en 2000]. URL : <http://www.france.diplomatie.fr/culture/france/biblio/folio/outremer/creolite.html>.
- SAFFACHE P., 1999. Pour une vraie protection du littoral martiniquais. *Combat Nature*, n° 126, Août 1999, pp. 27-28.
- SAEM-PSRM, 1996. Note du service commercial. Trinité, Martinique.
- SAEM-PSRM, 2001. Rapport de gestion du Conseil d'administration à l'Assemblée ordinaire. Exercice 2000-2001. Trinité, Martinique, 11 p.
- SAHUC P., WISNER-BOURGEOIS C., 2001. Les produits de terroir, emblèmes de la localité. In : DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P., Dir. « Territoires et acteurs du développement local. De nouveaux lieux de démocratie ». France, Editions de l'Aube, Coll. Monde en cours, pp. 81-90.
- SANCHEZ S., 2000. Impacts socio-économiques de l'AOC Rhum agricole « Martinique » sur la durabilité de la filière canne. Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'Ingénieur en agronomie tropicale, Master of Sciences. Montpellier (France), CNEARC, 107 p.
- SASSIER M., 2000. L'AOC - La traçabilité pour garantir au produit son lien au terroir. In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 224-297.
- SATEC, 1972. OTC : Opération transport canne 1972. Rapport de fin de campagne. Martinique.
- SAUDUBRAY F., 2000. Le Schéma directeur départemental des structures (SDDS). Le contexte martiniquais et définition générale. Fort-de-France, CEMAGREF Martinique, Unité de recherche « Production et économie agricole ».
- SCHEFFER S., RONCIN F., 1999. Qualification des produits et des terroirs dans la reconnaissance des produits en appellation d'origine contrôlée. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole : aspects techniques et économiques ». Actes du colloque de la SFER, 14-15 avril 1999, Clermont-Ferrand. Paris (France), Technique et Communications, pp. 37-57.
- SDAORAM, 1998. Extrait du fichier d'identification des parcelles pour la campagne rhumière 1998. Document confidentiel. Lamentin, Martinique.
- SDAORAM, 1999. Extrait du fichier d'identification des parcelles pour la campagne rhumière 1999. Document confidentiel. Lamentin, Martinique.
- SECI, 1975. Résultats des essais 1975. Périmètre d'irrigation du Sud-Est, Station d'essais en cultures irriguées de Sainte-Anne. Martinique, Direction départementale de l'agriculture, Service de l'aménagement hydraulique, 43 p.
- SECI, 1977. Bilan 1973-1976. Périmètre d'irrigation du Sud-Est, Station d'essais en cultures irriguées de Sainte-Anne. Martinique, Direction départementale de l'agriculture, Service de l'aménagement hydraulique, 19 p.
- SIVATTE K., 2001. Distillerie. Renaissance d'une usine saluée par plus de 1 000 personnes : nouveau punch pour La Mauny. *France-Antilles Martinique*, 28 juin 2001.
- SMÉRALDA-AMON J., 2001. Relations interraciales, préjugés de couleur, métissage, constitution de réseaux de pouvoir dans la société esclavagiste et répercussion de ces paramètres sur le manque de cohésion sociale observée actuellement à la Martinique. In : EADIE E. Dir. « La route du sucre du VII^e au XVIII^e siècle ». Actes du colloque organisé par l'Association populaire pour l'éducation scientifique. Schœlcher, 2000. Martinique, Ibis Rouge Editions, pp. 233-270.
- SCHNAKENBOURG C. Notes sur l'histoire de l'usine du Galion de 1865 à 1939.
- SOFRES, 1976. Etude qualitative sur "le rhum". Note de synthèse. Montrouge (France), 42 p.
- SOLILY L., BRODHAG C., 2000. Terroirs, territoires et produits à la rencontre des consommateurs. Réalisation Agora 21, Ecole nationale supérieure des mines de Saint-Etienne. Disponible sur Internet [consultation en 2001 ; dernière mise à jour : 27/03/00]. URL : <http://www.agora21.org/publications/terroir.html>.
- SOLUTIONS-REALISATIONS SA, 1988. Société anonyme d'économie mixte de production sucrière et rhumière de la Martinique : rapport d'audit. France, 55 p.
- SYLVANDER B., 1994. La qualité : du consommateur final au producteur. La construction sociale de la qualité : des produits aux façons de produire. In : INRA. « Qualité et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs ».

Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement, n°28, pp. 27-49.

SYLVANDER B., 1999. Les stratégies d'acteurs dans les appellations d'origine contrôlées : application aux secteurs viticoles, fromagers et charcutiers. *In* : BÉRANGER C., VALCESCHINI E., Coord. « Qualité des produits liée à leur origine ». Actes Séminaires des 10 et 11 décembre 1998. Paris (France), INRA, pp. 106-119.

SYLVANDER B., MARTY F., 1999. Logiques sectorielles et territoriales dans les AOC fromagères : vers un compromis par le modèle industriel flexible ? *In* : BÉRANGER C., VALCESCHINI E., Coord. « Qualité des produits liée à leur origine ». Actes Séminaires des 10 et 11 décembre 1998 à Paris. Paris (France), INRA, pp. 120-136.

TEISSIER J.H., 1979. Relation entre techniques et pratiques. Conséquences pour la formation et la recherche. *Bull. INRAP*, n°38, pp. 1-19.

TERPEND N., 1997. Guide pratique de l'approche de filière : le cas de l'approvisionnement et de la distribution des produits alimentaires. Programme FAO « Approvisionnement et distribution alimentaires des villes », série « Aliments dans les villes », DT/18-97, 35 p.

TERSIGUEL P., 1995. La modernisation de l'agriculture cotonnière au Burkina Faso. France, Centre d'études africaines (CNRS/EHESS), Série « Dynamique des systèmes agraires », 280 p.

TORRE P., 1998. Les regroupements localisés de producteurs dans les domaines agroalimentaires. INRA.

TYACK J.C., 1998. L'importance du Protocole Sucre pour les pays ACP : l'exemple de l'île Maurice. *PROSI Magazine*, juillet 1998, n°354, Industrie sucrière. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://prosi.net/mag98/354july/humbr354.htm>.

UAG, CARDH, CEDRAC, 1996. Rhum et production rhumière aux Antilles. Colloque du 10 décembre 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, 133 p.

VALCESCHINI E., 1999. Les signaux de qualité crédibles sur les marchés agroalimentaires : certifications officielles et marques. *In* : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole : aspects techniques et économiques ». Actes du colloque de la SFER, 14-15 avril 1999, Clermont-Ferrand. Paris (France), Technique et Communications, pp. 147-166.

VAN DILLEWIJN C., 1960. Botanique de la canne à sucre. Wageningen, Veenman & Zonen, 391 p. (Traduit en français par les Centres techniques de la canne et du sucre de la Guadeloupe et de la Martinique).

VASSEUR J.G., 1968. Mécanisation de la culture de la canne en Martinique. Lamentin, Martinique, CTCS, 31 p.

VASSEUR J.G., 1970. Mécanisation de la culture de la canne en Martinique. Lamentin, Martinique, CTCS, 77 p.

VASSEUR J.G., MONTREAU F.G., 1977. Les effluents des industries sucrières et rhumières aux Antilles. Lamentin, Martinique, CTCS, 50 p.

VILAIN L. (dir.), 2000. La méthode IDEA : indicateurs de durabilité des exploitations agricoles. Guide d'utilisation. Ministère de l'agriculture et de la pêche. Dijon (France), Educagri Editions, 100 p.

VISSAC B., HUBERT B., 1994. Difficultés et perspectives des recherches sur la construction de la qualité. La contribution du département « Systèmes agraires et développement » de l'INRA. *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n°28, pp. 371-379.

WELTER P., 2000. Martinique et Guadeloupe, de fausses jumelles : les deux îles des Antilles françaises ne sont pas si comparables. Campagnes solidaires, mensuel de la Confédération paysanne. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://www.confederationpaysanne.fr/index2.htm>.

WCED (World comission environnement and development), 1987. Our Common Future. (Rapport G. H. BRUNTLAND). Oxford university press.

ZÉBUS M.F., 1999. Paysannerie et économie de plantation. Le cas de la Guadeloupe, 1848-1980. *Revue Association des ruralistes français, ARF*, n°5.

ZERK S., 2001. Le directeur du musée du rhum honoré. Michel Fayad : la reconnaissance d'un succès. *France-Antilles Martinique*, 19-20 mai 2001.

ZOBEL J., 1974. La rue Cases-Nègres. Paris (France), Editions Présence Africaine, 240 p.

ZOBEL J., 1987. Et si la mer n'était pas bleue. Paris (France), Ed. Caribéennes, 89 p.

BIBLIOGRAPHIE (Classement thématique)

Liste des thèmes¹ :

1. Agriculture – Agronomie – Développement économique.....	675
2. Technologie – Economie : transformation industrielle et qualité agro-alimentaire	682
3. Environnement et sous-produits.....	688
4. Histoire – Géographie – Sociologie	691
5. Statistiques économiques, économie mondiale, politique agricole, divers	695
6. Témoignages extraits d'articles de presse	696
7. Sites Internet	697

1. Agriculture – Agronomie – Développement économique

1.1. Martinique et autres DOM : agriculture, données pédo-climatiques, développement

AGRESTE, 1999. Regard sur l'agriculture dans les départements d'outre-mer. Paris (France), Ministère de l'agriculture et de la pêche, Direction des affaires financières et économiques, Service central des enquêtes et études statistiques, 56 p.

AGRESTE, 2001a. Recensement agricole 2000. L'essentiel. Martinique. Paris (France), Ministère de l'agriculture et de la pêche, Service central des enquêtes et étude statistique, 88 p.

AGRESTE, 2001b. Recensement agricole 2000. Premiers résultats. *Agreste Martinique*, n°01, juillet 2001. Fort-de-France, Martinique, Direction départementale de l'agriculture et de la forêt, Service de statistique agricole, 4 p.

ALBERT P., SPIESER J., 1999. Atlas climatique, le temps à la Martinique. Fort-de-France, Martinique, Ed. Météofrance, Direction interrégionale Antilles-Guyane, 101 p.

BEUCHER J., CLAVEL C., 1999. La France et ses régions. Cartographie : emploi dans le tertiaire en 1995. Disponible sur Internet [Consultation en 2002]. URL : http://www.libercarto.prd.fr/themes/statistiques/france/emploi/secteurs_activite/tertiaire/95/tertiaire.htm.

Chambre d'agriculture de la Martinique, 2000. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, 297 p.

CHAUVIN G., 1983. Une graminée singulière : la canne à sucre. Etude illustrée des plantes à fleurs de la Martinique, Tome IV. Fort-de-France, Martinique, Association martiniquaise de la Maison de la canne.

CNRS, IGN, 1979. Atlas des départements français d'outre-mer. 2 - La Martinique. Paris (France), Centre national de la recherche scientifique, Institut géographique national, 72 p.

COLMET-DAAGE F., LAGACHE P., 1965. Caractéristiques de quelques groupes de sols dérivés de roches volcaniques aux Antilles françaises. *Cahier de l'Orstom*, Série Pédologie, vol. III, n°2, pp. 91-121.

DAF, 1999. Données agricoles - Martinique (Service de statistique agricole). Fort-de-France, Martinique.

DAF, 2001. Document de mise en œuvre du DOCUP 2000-2006. Gestion des fonds structurels FEOGA. Investissements dans les exploitations agricoles. Ministère de l'agriculture et de la pêche, Préfecture de la Martinique.

HAGNIER J.C., 1999. Le commerce en Martinique. Grande surfaces : une vente sur deux. *Antiane économie*, n°43, pp. 13-16.

IEDOM, 1993. Martinique. Rapport annuel 1993. France, Imp. de Montligeon, 169 p.

¹ Ce classement se réfère à l'exploitation principale des documents dans la présente thèse, étant entendu qu'un même document peut être classé dans plusieurs thèmes, selon le point de vue privilégié.

- IEDOM, 1994. La Réunion. France, Imp. de Montligeon, 374 p.
- IEDOM, 1995a. La Martinique en 1995. Rapport annuel. France, Imp. de Montligeon, 159 p.
- IEDOM, 1995b. La situation du secteur à la Martinique. France, Imp. de Montligeon, 23 p.
- IEDOM, 1997. La Martinique en 1996. Rapport annuel. France, Imp. de Montligeon.
- IEDOM, 1998. La Martinique en 1997. Rapport annuel. France, Imp. de Montligeon, 145 p.
- IEDOM, 1999. La Martinique en 1999. Rapport annuel. Martinique, Imp. Berger Bellepage, 192 p.
- IEDOM, 2000a. La Martinique en 2000. Rapport annuel. Martinique, Imp. Berger Bellepage, 163 p.
- IEDOM, 2000b. La Réunion en 2000. Rapport annuel. Réunion, Imp. Graphica, 180 p.
- IEDOM, 2001a. La Guadeloupe en 2000. Rapport annuel. Guadeloupe, Imp. Prim, 184 p.
- IEDOM, 2001b. La Guyane en 2000. Rapport annuel. Guyane, Imp. RGI, 171 p.
- IGN, 2000. Photographies aériennes : couverture de la Martinique. Exploitation au CTCS pour le Système d'information géographique pour l'agriculture à la Martinique (SIGAM).
- LARCHÉ J., BALARELLO J., BRET R., DEJOIE L., DERYCKE D., HYEST J.J., JARLIER P., LANIER L., OTHILY G., SUTOUR S., 2000. Guadeloupe, Guyane, Martinique, la Réunion : la départementalisation à la recherche d'un second souffle. Rapport d'information n°366 (1999-2000). Paris, Sénat, Commission des lois. Annexe au procès verbal de la séance du 30 mai 2000, 90 p. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.senat.fr/rap/r99-366/r99-3661.pdf>.
- LARGANGE A., 1999. La coopération solidaire, un défi pour le XXI^e siècle. Rapport : Martinique / coopération régionale. Fort-de-France, Martinique. Disponible sur Internet [Consultation en 2001] URL : <http://www.mygale.org/cadencescreoles/RapportCooperationRegionale.htm>.
- LISE C., TAMAYA M., 1999. Les départements d'outre-mer aujourd'hui : la voie de la responsabilité. Rapport au Premier ministre. Paris (France), Ed. La documentation française, Coll. des rapports officiels, 214 p.
- MARIE-JEANNE A., 2000. Martinique, une volonté farouche de sortir de l'impasse. In : Commission des Iles de la CRPM (Conférence des régions périphériques maritimes). « Quel statut pour les îles d'Europe ». Ed. L'Harmattan. Extrait, 3 p. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://eurisles.com/textes/statut_iles/martiniquefr.htm.
- MÉTÉO FRANCE, 1999. Bulletin climatologique. Martinique.
- MICHAUX-CHEVRY L., KARAM A., MARIE-JEANNE A., 1999. Les régions d'outre-mer : le courage politique au service du développement. Réunion des Présidents de région : Guadeloupe - Guyane - Martinique. Déclaration finale. Basse-Terre, Guadeloupe.
- OPEN SOFT SYSTEM, 1992. L'annuaire du pouvoir à la Martinique. Schoelcher, Martinique, 336 p.
- ORSTOM, 1972. Carte pédologique de Martinique établie sous la direction de F. COLMET-DAAGE.
- OUALALOU L., 1999. L'économie antillaise à la dérive. *Le Figaro*, Oct. 1999.
- OZIER-LAFONTAINE H., 2000. Les associations de cultures : une alternative pour une agriculture de qualité et durable aux Antilles ? In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 179-184.
- SAUDUBRAY F., 2000. Le Schéma directeur départemental des structures (SDDS). Le contexte martiniquais et définition générale. Fort-de-France, CEMAGREF Martinique, Unité de recherche « Production et économie agricole ».

1.2. Canne et autres spéculations : techniques de production, exploitations agricoles, botanique, agronomie, etc.

- ACKBARALLY N., 1996a. Maurice : la canne à sucre sous la menace du ver blanc réunionnais. SYFIA-Maurice, n°86, mars 1996. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.francophonie.org/syfia/86averbl.htm>.
- AGRARFORSCHUNG, 1998. Le semis direct, élément d'un nouvel itinéraire cultural. *Journal of Swiss agricultural research*, 5(5), pp. 233-236.
- ALIANE P., 1995. Typologie de fonctionnement des exploitations cannières de la commune de Saint-Benoit (Est de la Réunion). Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme d'agronomie tropicale. Montpellier (France), CNEARC, CIRAD, 56 p.

ARECA, 1992. Etude des freins au développement de la production cannière en Guadeloupe : place et fonction de la canne à sucre dans les exploitations agricoles. Protocole. Guadeloupe, 9 p.

ARPHEXAD E., 1989. Diversification des itinéraires techniques appliqués à la canne au Sud-Est Grande-Terre : un exemple de la rationalité des choix techniques des agriculteurs. Mémoire ESAT 1^{ère} année. CNEARC /DAC – UAG. Guadeloupe, 43 p.

BARAN R., 1994. La canne à sucre. In : CRITT-Bac. Colloque sur le machinisme agricole, 29 novembre 1994. Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, pp. 16-26.

BARNES A. C., 1964. The sugar cane. New York, World Crops Books, Intersciences Publishers Inc., 456 p.

BARON H., MARIE-SAINTE E., CARRIEL J.C., ORTHOLE M. LAURÉAT A., 1992. Action des facteurs agronomiques et techniques sur la production cannière. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, CTCS, 32 p.

BARON H., JEAN-BAPTISTE I., MARIE-SAINTE E., GROLLEAU O., 1999. Evolution des variétés de canne en Martinique : de la Canne Créole aux variétés hybrides. Bilan d'étude 1998. Lamentin, Martinique, CTCS, 29 p.

BARON H., JOET M., 1999. Toward the sustainability of the sugarcane, sugar and rum sector in Martinique : analysis of the functioning of sugarcane production systems. Proceedings of the Caribbean food crops society, 35th Annual meeting, Sainte-Lucia, 25-31 July 1999, pp. 42-58.

BARON H., LHERBIER L., 1999. La canne à sucre en Martinique. Fafsea, Coll. Outils pédagogiques, 48 p.

BARON H., MARIE-SAINTE E., 2000. Evolution des variétés de canne à sucre en Martinique : de la Canne Créole aux hybrides modernes. In : BÉGOT D., HOCQUET J.C. « Le sucre, de l'Antiquité à son destin antillais ». Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, 123^e, Antilles-Guyane, 1998. Villeurbanne (France), Ed. du CTHS, Comité des travaux historiques et scientifiques, pp. 55-75.

BARRET P., CADET P., FELLER C., ALBRECHT A., 1991. Le remodelage des terres à la Martinique. 2. Variabilité intra-parcellaire du remodelage en relation avec la productivité végétale. *Cahier de l'Orstom*, Série Pédologie, vol. XXVI, n°2, pp. 105-113.

BASSEREAU D., 1965. Mécanisation de la culture de la canne aux Antilles. CIRAD, L'Agronomie tropicale, vol. 22, n°3, pp. 1155-1161.

BONOTTO S., 1999. Analyse des pratiques culturales des planteurs de canne à sucre du Nord Basse-Terre (Guadeloupe). Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme d'agronomie tropicale. Montpellier (France), CNEARC-ESAT, CIRAD, 100 p.

BONOTTO S., 2000. Analyse des stratégies des exploitants agricoles planteurs de canne à sucre de Guadeloupe. CIRAD-CA Guadeloupe, Programme Canne à sucre, 77 p.

BOULET A., 1988. Lutte biologique contre les "Borers" de la canne à sucre. En Martinique, exemple d'une intervention bien menée. Fort-de-France, Martinique, Service de la protection des végétaux, 8 p.

CABIDOUCHE Y.M., OZIER-LAFONTAINE H., 1992. Mesure des déplacements verticaux de solide pour l'étude du fonctionnement hydrique des sols argileux gonflants. Applications à l'économie de l'eau dans les zones tropicales à saison sèche marquée. Rapport de contrat n°89L0216 auprès du Ministère de la recherche et de la technologie. Petit-Bourg, Guadeloupe, INRA, 17 p.

CADET P., 2000. Nématodes : éradication ou cohabitation ? *Sciences au Sud, Le journal de l'IRD*, n°5, mai-juin 2000.

CADET P., ALBRECHT A., 1992. Le remodelage des terres à la Martinique. 3. Effet sur le peuplement de nématodes parasites de la canne à sucre en relation avec la croissance végétale. *Cahier Orstom*, sér. Pédol., vol. XXVII, n°1, pp. 49-58.

CADET P., DEBOUZIE D., 1990. Evolution spatio-temporelle de nématodes de la canne à sucre. *Revue Nématol.*, 13 (1), pp. 79-88.

CATHERINE M., 1999. Qualités de la matière première et technologies pour élaborer des boissons à base de canne à sucre. Thèse de doctorat, présentée à l'Université de technologie de Compiègne.

CHABERT J.-L., DEVERRE C., 1985. La récolte de la canne à sucre en Guadeloupe : logiques sociales et problèmes de mécanisation. Rapport d'enquête. Petit-Bourg, Guadeloupe, INRA-CRAAG, 122 p.

Chambre d'agriculture de la Réunion, 2002. Rôle de la canne à sucre dans l'environnement. Note du SUAD, 2 p.

CHEVIGNARD T., FELLER C., ANDREUX F., QUANTIN P., 1987. Le « remodelage » des terres en

Martinique. Modification des propriétés de « ferrisols » et d'andosols cultivés en canne à sucre. *Cahier de l'Orstom*, Série Pédologie, vol. XXIII, n°4, pp. 223-236.

CTCS, 1980 à 2000. Rapports annuels et bilans de campagnes. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1992d. Résultats sur les traitements maturateurs. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1993a. Analyse des cannes et formules de calcul en Martinique : contrôle en sucrerie et en distillerie. Lamentin, Martinique, 12 p.

CTCS, 1994a. Etude de la dégradation de la canne au champ. Etude de la dessiccation et de la détérioration de la canne (richesse en sucres et aptitude fermentaire) suivant les conditions de récolte. Lamentin, Martinique, 24 p.

CTCS, 1994b. Le manuel du planteur de canne à sucre. Fort-de-France, Martinique, Imp. Berger Bellepage, 103 p.

CTCS, 1996a. Essai de fertilisation azotée sur canne à sucre à l'exploitation du Lareinty. Bilan d'étude 1994-1995-1996. Lamentin, Martinique, 16 p.

CTCS, 1996b. Eléments sur les stratégies techniques et financières des exploitations cannières en Martinique : Coûts de production et produits de la canne en 1995-1996 selon les types d'exploitations. Lamentin, Martinique, 29 p.

CTCS, 1996c. Bilan de campagne 1996. Lamentin, Martinique, 12 p.

CTCS, 2000. Eléments sur les stratégies techniques et financières des exploitations cannières en Martinique : coûts de production et produits de la canne en 2000 selon les types d'exploitations. Lamentin, Martinique, CTCS, 27 p.

CTICS-Guadeloupe, 1996. Rapport d'activité : la mise en place d'un réseau de champs de démonstration. Guadeloupe, 69 p.

DE POMPIGNAN M., 1968. Canne à sucre - Cours du Centre technique de la canne et du sucre. Martinique, SATEC, CTCS.

DUTARTRE J., 1977. La récolte mécanisée de la canne à sucre. Antony (France), Centre d'études et d'expérimentations du machinisme agricole tropical, 46 p.

EMBERGER L., 1960. Traité de botanique systématique. Tome 2. Les végétaux vasculaires, Paris (France), Ed. Masson.

ETIENNE J., DAUGROIS J.H., 1996. Diagnostic phytosanitaire canne à sucre. Guadeloupe, INRA Duclos, CIRAD-CA Roujol.

EUGÉNIE E., 1988. Situation des Borers de la canne à sucre et importance de leurs parasites à la Martinique. Rapport de stage, Brevet de technicien supérieur agricole. Lamentin, Martinique, LEPA de Croix Rivail, 98 p.

FAUCONNIER R., 1991. La canne à sucre. Paris (France), Editions Maisonneuve & Larose, Coll. Le technicien d'agriculture tropicale, n°17, 165 p.

FAUCONNIER R., BASSEREAU D., 1970. La canne à sucre. Paris (France), Editions GP Maisonneuve & Larose, Coll. techniques agricoles et productions tropicales, vol. XVIII-XIX, 468 p.

FELDMANN P., D'HONT A., GUIDERDONI E., GRIVET L., GLASZMANN J.C., 1997. La canne à sucre. In : CHARRIER A., JACQUOT M., HAMON S., NICOLAS D., Ed. Scientifiques. « L'amélioration génétique des plantes tropicales ». France, Ed. CIRAD, ORSTOM, Coll. Repères, pp. 197-215.

FELDMANN P., DAUGROIS J.H., ORIOL P., 1996. L'amélioration génétique de la canne à sucre. In : Première Journée technique de l'AMADEPA, 24 avril 1996, Recueil des communications. Lamentin, Martinique, AMADEPA, Chambre d'agriculture, 5 p.

FELLER C., 1986. Résumé des travaux menés de 1981 à 1985 par l'équipe "Matière organique des sols tropicaux" de l'ORSTOM-Martinique sur l'agrosystème canne à sucre. En collaboration avec : CTCS-Martinique, IRAT-Martinique, CEN-Cadarache, CPB/CNRS-Nancy. Centre ORSTOM de la Martinique, 13 p.

FOURNET J., 1978. Flore illustrée des phanérogames de Guadeloupe et de Martinique. Paris (France), INRA, 1654 p.

FRÉTAY E., 1986. La pyrale de la canne à sucre. Ecologie de *Diatrea saccharalis* (Fabricius 1794). Paris (France), Ed. Tec & Doc Lavoisier, 302 p.

HARTMANN C., BLANCHART E., ALBRECHT A., BONNETON A., PARFAIT F., MAHIEU M., GAULLIER C., NDANDOU J.F., 1998. Nouvelles techniques de préparation des vertisols en culture maraîchère à la Martinique. Incidences pédologiques et agro-économiques. *Agriculture et développement*, n° 18, juin 1998, pp. 81-90.

HUGHES C.G., ABOTTE E.V., WISMER C.A., 1964. Sugarcane diseases of the world. Vol. II. Amsterdam, Elsevier, 354 p.

JHOTY I., 1997. L'aménagement des terres pour maximiser la production. *PROSI Magazine*, Recherche sucrière, n°339.

JOUVE P., 1976. Un exemple de diagnostic agronomique : l'étude des plantations de canne à sucre dans les coopératives de la région de Moghane (Ghard – Maroc). Département d'agronomie de l'Institut agronomique et vétérinaire Hassan II. Rabat (Maroc), 58 p.

KANG B.T., 1989. Nutrient management for sustained crop production in the humid and subhumid tropics. Haren (Pays-Bas), Instituut voor Bodemvruchtbaarheid, pp. 3-28.

KEERTHIPALA A.P., DHARMAWARDENE N., 2001. Determining optimal replanting cycles of sugarcane. *Proc. Int. Sugar Cane Technol.*, n°24, pp. 65-69.

LARCHER R., 2000. Désherbage de la canne à sucre. Etude d'une nouvelle matière active. Rapport de stage pour la maîtrise de biologie cellulaire et physiologie. CTCS, Martinique, Université Blaise Pascal. Clermont-Ferrand (France), 16 p.

LOUISOR J., 1997. Essais herbicides de pré-émergence sur canne en Martinique. Rapport de stage, Maîtrise de Sciences et technologie. CTCS-Martinique, Université Antilles-Guyane. Guadeloupe.

MARTIN J.P., ABOTTE E.V., HUGHES C.G., 1961. Sugarcane diseases of the world. Vol. I. Amsterdam, Elsevier, 542 p.

MATLON P. J. Analyse critique des objectifs, méthodes et progrès accomplis à ce jour dans l'amélioration du sorgho et du mil : une étude de cas de l'ICRISAT / BURKINA FASO, pp. 181-211.

MBOLIDI-BARON H., JEAN-BAPTISTE I., MARIE-SAINTE E., GROLLEAU O., 2000. Guide variétal : les variétés de canne à sucre cultivées en Martinique pour la fabrication de sucre et l'élaboration de rhums. Lamentin, Martinique, CTCS, 57 p.

MBOLIDI-BARON, 2000. Note sur le brûlage de la canne. Lamentin, Martinique, CTCS, 2 p.

MIATÉKÉLA J., 1994. Etude de la fertilisation de la canne à sucre à la Martinique : aspects techniques et aspects économiques. Mémoire pour l'obtention du diplôme d'Ingénieur des techniques agricoles. Montpellier (France), CNEARC-EITARC, 78 p.

Ministère de la coopération et du développement, 1991. Mémento de l'agronome. Coll. Techniques rurales en Afrique. France, 1635 p.

MONTJEAN J.-P., 1998. Cannes créoles, cannes d'hier... et de demain. Rapport de BTSA. Lamentin, Martinique, LEGTA de Croix Rivail, CTCS, 43 p.

MSIRI, 1998. Bilan des travaux sur la plantation mécanique de la canne. *PROSI Magazine*, Janvier 1998, n° 348. Disponible sur Internet [consultation en février 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag98/348jan/errol348.htm>

RAVELO S.B., RAMOS E.L.S., MEJIAS R., 1991. Sugar cane deterioration and its implications in the factory. *International sugarcane journal*, vol. 93, n°1103, pp. 82-85.

ROSEMAIN R., 1978. La canne à sucre. Cours destiné aux cadres et agents de maîtrise des exploitations agricoles. Lamentin, Martinique, 85 p.

ROTT P., BAILEY R.A., COMSTOCK, CROFT B.J., SAUMTALLY (EDIT.), 2000. A guide to sugarcane diseases. France, CIRAD, ISSCT, 340 p.

SATEC, 1972. OTC : Opération transport canne 1972. Rapport de fin de campagne. Martinique.

SECI, 1975. Résultats des essais 1975. Périmètre d'irrigation du Sud-Est, Station d'essais en cultures irriguées de Sainte-Anne. Martinique, Direction départementale de l'agriculture, Service de l'aménagement hydraulique, 43 p.

SECI, 1977. Bilan 1973-1976. Périmètre d'irrigation du Sud-Est, Station d'essais en cultures irriguées de Sainte-Anne. Martinique, Direction départementale de l'agriculture, Service de l'aménagement hydraulique, 19 p.

TERSIGUEL P., 1995. La modernisation de l'agriculture cotonnière au Burkina Faso. France, Centre d'études africaines (CNRS/EHESS), Série dynamique des systèmes agraires, 280 p.

VAN DILLEWIJN C., 1960. Botanique de la canne à sucre. Wageningen, Veenman & Zonen, 391 p. (Traduit en français par les Centres techniques de la canne et du sucre de la Guadeloupe et de la Martinique).

VASSEUR J.G., 1968. Mécanisation de la culture de la canne en Martinique. Lamentin, Martinique, CTCS, 31 p.

VASSEUR J.G., 1970. Mécanisation de la culture de la canne en Martinique. Lamentin, Martinique, CTCS, 77 p.

1.3. Eléments méthodologiques et agronomie générale : démarche systémique, durabilité, filière, etc.

BARBIER B., 1994. Modélisation agronomique et économique de la durabilité d'un système agraire villageois. Le cas du village de Bala au Burkina Faso. Thèse présentée à l'ENSAM pour le diplôme de Doctorat en agroéconomie. Montpellier (France), 329 p.

BONNY S., 1994. Les possibilités d'un modèle de développement durable en agriculture : le cas de la France. Symposium international « Modèles de développement soutenable. Des approches exclusives ou complémentaires de la soutenabilité ». Paris (France), 16-18 mars 1994.

BORY A., PAUL J.L., 1991. Approche systémique et fonctionnement de l'exploitation agricole : questions théoriques et méthodologiques pour une mise en œuvre dans la zone caraïbe. In : Actes du colloque « Approches systémiques du milieu rural ». Mexico (Mexique), ORSTOM.

BRIQUEL V., VILAIN L., BOURDAIS J.L., GIRARDIN P., MOUCHET C., VIAUX P., 2001. La méthode IDEA (indicateurs de durabilité des exploitations agricoles) : une démarche pédagogique. *Ingénieries*, n°25, Mars 2001, pp. 29-39.

BUISSON M., 1999. From productivist agriculture to durable agriculture : question of economy. Planetary garden'99, pp. 281-285.

CANNE-UNION, 2001b. Procès verbal de l'assemblée constitutive du mardi 13 février 2001. Lamentin, Martinique, 4 p.

CAPILLON A., SEBILLOTE M., 1982. Etude des systèmes de production des exploitations agricoles, une typologie. In : SERVANT J., PINCHINAT A. Ed. « Caribbean seminar on farming systems research methodology ». San José, Costa-Rica, IICA-INRA, pp. 85-111.

CAPILLON A., 1988. Jugement des pratiques et fonctionnement des exploitations. In : JOLLIVET M. « Pour une agriculture diversifiée. Arguments, questions, recherches ». Paris (France), Ed. L'Harmattan, Coll. Alternatives rurales, pp. 124-133.

CAPILLON A., MANICHON H., 1991. Guide d'étude de l'exploitation agricole à l'usage des agronomes. Paris (France), INAPG-APCA, 65 p.

DE BONNEVAL L., 1993. Systèmes agraires, systèmes de production. Systèmes de culture, systèmes d'élevage, fonctionnement des exploitations. Vocabulaire. France, Ed. INRA, 285 p.

DEFFONTAINES J.P., 1996. Enjeux spatiaux en agronomie. *C.R. Acad. Agric. Fr.*, 82, n°8, pp. 5-14.

DEFFONTAINES J.P., 1999. Agriculture et organisation du territoire. *C.R. Acad. Agric. Fr.*, 85, n°7, pp. 231-232.

DIMAN J.L. HENRI F., PAUL J.L., ZÉBUS M.F., 2000. Caractérisation économique et technique des activités agricoles en Guadeloupe pour la modélisation (MICA). Guadeloupe, INRA (Département d'économie rurale), UAG (Département d'agronomie tropicale), 13 p.

HUGON P., 1988. L'industrie agroalimentaire. Analyse en termes de filières. *Revue Tiers monde*, t. XXIX, n°115, Juil.-Sept. 1988, pp. 665-693.

HUMBERT J.N., 1998. Environnement, agriculture et industrie sucrière. PROSI Magazine, juillet 1998, n°354, Industrie sucrière. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://prosi.net/mag98/354july/humbr354.htm>.

INRA-SAD, 1980. Eléments pour une problématique sur les systèmes agraires et le développement. Compte rendu de l'Assemblée constitutive du Département systèmes agraires et développement, Toulouse, 20 novembre 1979. Paris (France), 126 p.

JOUVE P., 1986. Quelques principes de construction de typologies d'exploitations agricoles suivant différentes situations agraires. *Les cahiers de la recherche développement*, n°11, pp. 48-56.

JOUVE P., 1988. Quelques réflexions sur la spécificité et l'identification des systèmes agraires. *Les cahiers de la Recherche-Développement*, n°20, pp. 5-16.

JOUVE P., 1992. Le diagnostic du milieu rural de la région à la parcelle : approche systémique des modes d'exploitation agricole du milieu. Montpellier, CNEARC, Coll. Etudes et Travaux, n°6, 40 p.

JOUVE P., 1997a. Approche systémique des modes d'exploitation agricole du milieu rural. Dossier d'habilitation à diriger des recherches. Université de Paris X – Nanterre (France), 147 p.

JOUVE P., 1997b. Des techniques aux pratiques. Conséquences méthodologiques pour l'étude des systèmes de production agricole et le développement rural. Actes du colloque SPP/E sur le thème « Méthodes pour comprendre et mesurer les pratiques agraires en milieu tropical et leurs transformations », 10-11 décembre 1997, Université Abdou Moumouni, Niamey (Niger), pp. 101-114.

JOUVE P., MERCOIRET M.R., 1987. La Recherche-Développement : une démarche pour mettre les recherches sur les systèmes de production au service du développement rural. *Les Cahiers de la recherche-développement*, n°16, pp. 8-13.

LANDAIS E., 1998. Agriculture durable : les fondements d'un nouveau contrat social ? *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n°33, pp. 5-22.

LANDAIS E., DEFFONTAINES J.P., BENOIT M., 1988. Les pratiques des agriculteurs. Point de vue sur un courant nouveau de la recherche agronomique. *Etudes rurales*, n°109, pp. 125-158.

LAURET F., 1990. De l'utilisation de la notion de filière dans la recherche agronomique. In : « Economie des filières en régions chaudes : formation des prix et échanges agricoles ». France, CIRAD, pp. 35-36.

LE GAL P.Y., 1995. From decision-making process analysis to modelling and simulation of farm management : Application to work organization in two rice-based farming systems. Paper presented to the International symposium "Systems approaches for agricultural development", IRRI, Los Banos, Philippines, 6-8 december 1995. Montpellier (France), CIRAD, 21 p.

LEGAY J.M., 1986. Méthodes et modèles dans l'étude des systèmes complexes. *Les Cahiers de la Recherche-Développement*, n°11, pp. 1-6.

MAZOYER M., 1987. Rapport de synthèse du colloque « Dynamique des systèmes agraires ». Paris (France), 16-18 nov. 1987.

MILLEVILLE P., 1972. Approche agronomique de la notion de parcelle en milieu traditionnel africain : la parcelle d'arachide en moyenne Casamance. *Cahier de l'Orstom*, Série Biologie n°17, pp. 23-27.

MILLEVILLE P., 1987. Recherches sur les pratiques des agriculteurs. *Les cahiers de la recherche-développement*, n° 16, pp. 2-7.

MONTIGAUD J.C., 1990. Les filières fruits et légumes et la grande distribution : méthodes d'analyse et résultats. In : « Economie des filières en régions chaudes : formation des prix et échanges agricoles ». CIRAD, pp. 37-54.

MONTIGAUD J.C., 1992. L'analyse de filière agroalimentaire : méthode et premiers résultats. In : « Economie et sociétés, série développement agro-alimentaire », AG n°21, juin 1992.

MORVAN Y., 1985. L'économie industrielle et la filière. Extrait de « L'analyse de filière ». Paris (France), ADEFI Ed., Coll. Firme et système industriel, Economica, pp. 5-9.

NÉLIDE F., 2001. L'évolution du problème foncier des années 60 à nos jours, à la Martinique. In : BURAC M. Dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), Ed. Karthala, pp. 167-170.

OSTY P.L., 1978. L'exploitation agricole vue comme un système. Diffusion de l'innovation et contribution au développement. *Bull Techn. Inf. Min. Agric.*, n°326, pp. 43-49

OSTY P.L., LANDAIS E., 1994. Qualité et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs. Avant-propos. *Etudes et Recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n°28.

PAPY F., 1993. Savoir pratique sur les systèmes techniques et aide à la décision. First european convention on farming systems research/extension, 6-9/10/1993, Edinburgh (Ecosse). INRA, Unité de recherche « Systèmes agraires et développement », INA P-G, Thiverval-Grignon (France), 13 p.

PAUL J.L., BORY A., BELLANDE A., GARGANTA E., FABRI A., 2000. Quel système de référence pour la prise en compte de la rationalité de l'agriculteur : du système de production agricole au système d'activité. In : Actes du Colloque « Recherches-système en agriculture et développement rural », Montpellier 21-25 novembre 1994, pp. 46-52.

PERROT C., LANDAIS E., 1993. Exploitations agricoles : pourquoi poursuivre la recherche sur les méthodes typologiques ? *Les Cahiers de la recherche développement*, n°33, dossier : méthodes d'études en milieu paysan, pp. 13-23.

RICARD C., CLAUDEZ P., 1994. Développement durable : concepts « durables » ? Un état des lieux des actions et réflexions menées en matière de recherche de modes de développement agricole durable. Paris (France), Ministère de l'agriculture et de la pêche, Direction des affaires financières et économiques, 67 p.

ROYBIN D., 1987. Typologies de fonctionnements d'exploitations : quelles applications pour le développement ? Un exemple : l'étude de groupe pratiquée par les Centres de gestion. GIS Alpes du Nord / SUACI Montagne Alpes du Nord / INRA-SAD / CGER Haute-Savoie, 45 p.

TEISSIER J.H., 1979. Relation entre techniques et pratiques. Conséquences pour la formation et la recherche. *Bull. INRAP*, n°38, pp. 1-19.

TERPEND N., 1997. Guide pratique de l'approche de filière : le cas de l'approvisionnement et de la distribution des produits alimentaires. Programme FAO « Approvisionnement et distribution alimentaires des villes », série « Aliments dans les villes », DT/18-97, 35 p.

VILAIN L. (dir.), 2000. La méthode IDEA : indicateurs de durabilité des exploitations agricoles. Guide d'utilisation. Ministère de l'agriculture et de la pêche. Dijon (France), Educagri Editions, 100 p.

2. Technologie – Economie : transformation industrielle et qualité agro-alimentaire

2.1 Filière canne-sucre-rhum contemporaine et économie insulaire

CANNE-UNION, 1983. Canne : le point de vue des planteurs. *France-Antilles*, 27 décembre 1983.

CANNE-UNION, 2001a. Statuts de Canne-Union. Lamentin, Martinique, 5 p.

CHASTEL J.M., 1995. Le rôle des institutions dans l'évolution de la filière canne à sucre à la Réunion. Thèse de Doctorat. Montpellier (France), Ecole nationale supérieure agronomique, 345 p.

CHIVALLON C., 1993. Transformation du monde rural et désengagement des paysans martiniquais dans la production cannière. France, Université de Caen, 15 p.

Comité de scientifiques INRA-CIRAD-UAG-ORSTOM, 1992. Pour une autre approche de la filière canne en Guadeloupe : bilan et potentialités. Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, Conseil général, 120 p.

Conseil régional de la Martinique, 1996a. Table ronde sur la filière canne-sucre-rhum. Synthèse des travaux des différents groupes de travail : Production - Recherche - Développement ; Industrie sucrière ; Industrie rhumière ; Financement de la filière. Fort-de-France, Martinique.

CTCS, 1963. Le Centre technique de la canne et du sucre de la Martinique. Martinique, 12 p.

CTCS, 1983. Plan de maintien de la canne à sucre 1980 – 1984 : relance des cultures. Troyes (France), Imp. La renaissance, 52 p.

CTCS, 1992a. Exploitations & production cannière-sucrière-rhumière. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, 18 p.

CTCS, 1992b. Qualité de la production rhumière et sucrière – perspectives de développement. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, 26 p.

CTCS, 1995a. Table ronde sur la filière canne-sucre-rhum. Production - Recherche - Développement : situation actuelle et proposition. Lamentin, Martinique, 50 p.

CTCS, 1997. Dix points sur la canne, le sucre et le rhum en Martinique. Lamentin, Martinique, 32 p.

CTCS, 2001a. Bilan de la campagne 2001. Lamentin, Martinique, 10 p.

DAC, 1992a. Etude des conditions agro-économiques de la production cannière à destination de l'usine du Galion (Martinique) – Situation et perspectives – Version provisoire. Magistère « Développement agricole Caraïbe », 4^{ème} promotion 1991-1993, Etude régionale 1992. Guadeloupe, Université Antilles-Guyane.

DAC, 1992b. Etudes sur la production cannière et sucrière en Martinique. Rapport de stage des étudiants du Magistère « Développement agricole Caraïbe ». Guadeloupe, Université Antilles-Guyane, 21 p.

DAC, 1992c. Etudes sur la production cannière et sucrière en Martinique. Annexes. Rapport de stage des étudiants du Magistère « Développement agricole Caraïbe ». Guadeloupe, Université Antilles-Guyane.

FERRE J.F., 1976. Type d'agriculture commerciale. La canne à sucre, les industries du sucre et du rhum à la Martinique. Evolution contemporaine (1950-1974). *Travaux et document de géographie tropicale*, n°24, fév. 1976. Bordeaux (France), Centre d'études de géographie tropicale.

FERRE J.F., 1981. L'économie sucrière et rhumière martiniquaise en péril (1950-1980). *Les cahiers d'outre-mer*, oct.-déc., pp. 81-136.

JOET M., 2000. Spécificités et durabilité de la production de canne à sucre à la Martinique. Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'Ingénieur en agronomie tropicale, Master of sciences, option Agronomie et innovations en milieu rural. Montpellier (France), CNEARC, 163 p.

LUCRÈCE A., MANUEL M., 1997. Quel devenir pour la filière canne-sucre-rhum au XXIème siècle ? Journées de réflexion organisées dans le cadre de la manifestation « La Canne Sacrée », 17 et 24 octobre 1997. Schoelcher, Martinique, Office des sports, de la culture et des loisirs (OSCL), 22 p.

MBOLIDI-BARON H., JEAN-BAPTISTE I., GROLLEAU O., JOET M., 2000. De la durabilité des systèmes de production canniers à la durabilité de la filière canne en Martinique. Premiers éléments sur l'analyse technique et économique des systèmes de production canniers. Bilan d'étude 1999. Lamentin, Martinique, CTCS, 57 p.

Ministère de l'outre-mer, 1999. Evolution du dossier concernant l'éventuelle implantation d'un complexe agro-alimentaire sucrier dans l'Ouest guyanais. JO Sénat du 15/04/1999, p. 1271.

Préfecture de la région Martinique, 2002. Compte rendu de la deuxième réunion sur le prix de la tonne de canne tenue le 15 février 2002 à la DAF. Fort-de-France, Martinique, 3 p.

2.2 Industrie sucrière et sucre

BÉGOT D., 2000. Le sucre antillais et sa patrimonialisation. In : BÉGOT D., HOCQUET J.C. « Le sucre, de l'Antiquité à son destin antillais ». Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, Antilles-Guyane, 123^e, 1998. Villeurbanne (France), Ed. du CTHS, Comité des travaux historiques et scientifiques, pp. 387-404.

BENOIT J.C., 1988. Commentaires sur le rapport d'audit de l'usine du Galion présenté par Solutions Réalisations SA (M. Plouvier). Sainte-Marie (Martinique), 32 p.

BONNETON-KOUSSOULA A., 1981. Contribution à l'étude de l'économie sucrière en Guadeloupe. CENADOM. Petit-Bourg, Guadeloupe, INRA-CRAAG, 152 p.

CEDUS, 1999. Le sucre, Documentation pédagogique. Paris (France), Les Editions Conseils.

COFEPP (Compagnie financière européenne de prise de participation), 2002. Proposition de partenariat industriel et commercial SAEM du Galion - COFEPP. 36 p.

Conseil général de la Guadeloupe, 1998. L'industrie sucrière. Guadeloupe, 19 p.

Conseil régional de la Martinique, 2000. Comité de pilotage, audit de gestion de la SAEM-PSRM du Galion. Procès-verbal de la réunion du 31 mai 2000. Fort-de-France, Martinique, 7 p.

CTCS, 1995b. Qualité des cannes livrées en sucrerie. Lamentin, Martinique, 60 p.

HALLUIN R., 1998. Le sucre : produit de luxe devenu produit de consommation courante. *PROSI Magazine*, juillet 1998, n°354, Industrie sucrière. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://prosi.net/mag98/354july/humbr354.htm>.

INITIATIVES, 2000. Audit de gestion de la SAEM-PSRM « Le Galion ». Phase 1 : Diagnostic et analyse économiques et financiers de l'entreprise. Rapport d'étude. Paris (France), Initiatives-Conseils de Directions, 100 p.

KLAUS R., 2001. Le sucre a-t-il un avenir ? Présentation le 28 août 2001 lors d'une rencontre au CIRAD, programme canne à sucre, Montpellier.

LANÇON F., 1998. Les principales caractéristiques du marché sucrier. Produits tropicaux, CIRAD-CA. Disponible sur Internet. [consultation en 2001]. URL : <http://www.cirad.fr/publications/documents/produitstrop/1998/sucre981.htm>.

MORIN L., 1992. Marché européen de quotas sucriers. Paris (France), INA ESR Grignon, 77 p.

PASCAULT J., 1992. Réflexion sur la situation de l'industrie sucrière martiniquaise. Comm. personnelle. Trinité, Martinique, 20 p.

PROSI, 1998. Industrie sucrière. 31^e Fête de la Moisson à Union Saint Aubin. *PROSI Magazine*, n°354, juillet 1998. Maurice. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag98>.

SAEM-PSRM, 2001. Rapport de gestion du Conseil d'administration à l'Assemblée ordinaire. Exercice 2000-2001. Trinité, Martinique, 11 p.

SAEM-PSRM, 1996. Note du service commercial. Trinité, Martinique.

SOLUTIONS-REALISATIONS SA, 1988. Société anonyme d'économie mixte de production sucrière et rhumière de la Martinique : rapport d'audit. France, 55 p.

TYACK J.C., 1998. L'importance du Protocole Sucre pour les pays ACP : l'exemple de l'île Maurice. *PROSI Magazine*, juillet 1998, n°354, Industrie sucrière. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://prosi.net/mag98/354july/humbr354.htm>.

2.3. Industrie rhumière et rhum – Cas de l'AOC Martinique – Autres spiritueux

APPERAM, 1974. Dossier de demande d'une appellation d'origine contrôlée « Rhum agricole Martinique ». Fort-de-France, Martinique, 31p.

ARMET A., 1992. Notes sur le rhum de Martinique. In : RICHER Y.M. « Le rhum de Martinique : son intégration dans l'économie régionale et internationale ». Schœlcher, Martinique, UAG, pp. 104-105.

ARMET A., 1996. Manière de boire et mutations urbaines dans la Caraïbe. Actes du II^e colloque du Comité martiniquais de prévention de l'alcoolisme. Fort-de-France, Martinique, 20-21 mars 1995. Paris (France), Ed. L'Harmattan, p. 202.

BÉGOT D., 1996. A boire et à voir : un siècle d'images du rhum (1880-1980). In : UAG (Université des Antilles-Guyane), CARDH (Centre antillais de recherche et de documentation historique), CEDRAC (Centre d'études, de documentation et de recherche en affaires caribéennes). « Rhum et production rhumière aux Antilles ». Colloque du 10 décembre 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, pp. 43-60.

BERTRAN DE BALANDA J.F., 1999. L'avenir de l'appellation d'origine contrôlée. Conférence. INAO, Centre de Bordeaux (France), 7 p.

BINI M., MANIOC O., 2001. Rhum agricole de Guadeloupe : à hisser sans modération vers l'AOC. Chambre de commerce et d'industrie, Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, 62 p.

BONNETON-KOUSSOULA A., 1996. De l'organisation française du marché du rhum aux marchés communautaire et mondial. Actes du 2^{ème} colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996.

BONNETON-KOUSSOULA A., 1998. Les perspectives de la filière rhum dans la Caraïbe et le défi de la mondialisation : la chronique d'une dépossession annoncée ? Pointe-à-Pitre, Guadeloupe, UAG, 24 p.

CAMART-HAYOT F., DE LAGUARIGUE J.L., 1997. Martinique Terre de Rhum. France, Ed. Presses de Balauze & Marcombe, 176 p.

CFCE (Centre français du commerce extérieur), 2000. Monde : meilleurs ventes de spiritueux.

CIRT-DOM, 2000. Données statistiques de production et de consommation du rhum. Paris (France).

CODERUM, 1986. Note sur la filière rhum en Martinique en 1986. Fort-de-France, Martinique, 20 p.

CODERUM, 2000. Données statistiques sur la production rhumière en Martinique et sa commercialisation. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1991. Cours de dégustation. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1993b. Etudes pour l'AOC. Bilan 1993. Lamentin, Martinique.

CTCS, 1994c. Etudes pour l'AOC « Rhum agricole Martinique ». Bilan 1994. Etude de l'adéquation du matériel végétal avec son milieu. Lamentin, Martinique, 31 p.

CTCS, 1994d. Etudes pour l'AOC « Rhum agricole Martinique ». Bilan 1994. Etude du milieu fermentaire. Lamentin, Martinique, 99 p.

CTCS, 1995c. Etudes pour l'AOC « Rhum agricole Martinique ». Bilan 1995. Etude de l'adéquation du matériel végétal avec son milieu. Lamentin, Martinique, 51 p.

CTCS, 2001b. Suivi de fabrication des distilleries agricoles. Campagne 2001. Lamentin, Martinique, 18 p.

CTCS, 2002. Base de données (Access) : planteurs ; productions de canne, de sucre et de rhum ; surfaces en canne ; évolution variétale ; prix de la tonne de canne à l'usine du Galion ; etc. Lamentin, Martinique.

DE MINAC M., 1988. Conduite des ateliers de fermentation alcooliques de produits sucriers (mélasses et égout). *Industries Agricoles & Alimentaires*, 7/8, pp. 675-688.

DOMERGUE L., LE MESTRE J.Y., 1998. Les enjeux des prochaines échéances internationales pour la filière canne-rhum des DOM. Paris (France), CIRT-DOM.

DORMOY P., 1993. Le livre de l'amateur de rhum. Martinique.

DOUGUIN H., 1994. Le rhum dans la société réunionnaise. Mémoire de maîtrise d'anthropologie. France,

Université de Paris X.

EFFANTIN R., 2001. La multifonctionnalité passe par une révolution culturelle. Dossier Agriculture service compris : dynamiser l'exploitation agricole et le territoire. *Travaux & Innovations*, n°25, pp. 25-45.

FABIAN T., RONCIN F., SASSIER M., 1998. La mise en place d'un suivi qualitatif et quantitatif des cannes dans l'AOC Martinique. Atelier de travail sur les rhums. CRITT-BAC Guadeloupe.

FAHRASMANE L., GANOU-PARFAIT B., 1997. De la canne au rhum. Paris (France), INRA, Coll. Techniques et pratiques, 104 p.

FAHRASMANE L., GANOU-PARFAIT B., 1999. Microbiologie rhumière et propriétés aromatiques. Actes du 2^{ème} Colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996, pp. 163-168.

GANOU-PARFAIT B., FAHRASMANE L., PARFAIT A., 2000. De l'utilisation des signes distinctifs d'origine et de qualité en rhumerie. In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 241-247.

GOIDTS E., 2002. Intégration des conditions agro-pédo-climatiques de la culture de la canne à sucre dans la révision de l'aire d'Appellation d'origine contrôlée « Rhum agricole de la Martinique ». Mémoire de fin d'étude pour obtenir le titre de diplôme bio-ingénieur, orientation pédologie. Belgique, Université Catholique de Louvain, Faculté d'ingénierie biologique, agronomique et environnementale, Martinique, IRD, Laboratoire de biologie et organisation des sols tropicaux, 217 p.

HÉRY P., 1993. Rapport sur le plan triennal de redimensionnement de l'entreprise élaboré à la création de la société. Note interne. Fort-de-France, Martinique, Distillerie Depaz S.A., 2 p.

HUETZ DE LEMPS, 1997. Histoire du rhum. France, Ed. Desjonqueures, 287 p.

IAA, 1999. Le rhum et le palmarès 1999. Monde : 3^{ème} ; Europe : 5^{ème} ; France : 4^{ème}. Rubrique « des professionnels nous informent », d'après Panels de distribution. *Industries Alimentaires & Agricoles*, n°9, 116^{ème} année, septembre 1999, p. 11.

IAA, 2001. Marché des boissons alcoolisées : forces et faiblesses des enseignes. D'après une étude A.C. NIELSEN pour LSA. *Industries Alimentaires & Agricoles*, n°6, 118^{ème} année, juin 2001, p. 45.

IEDOM, 1992. La filière canne-sucre-rhum dans les départements d'outre-mer. France, 117 p.

INAO, 1993. Rhum agricole de la Martinique. Demande d'accession en AOC. Rapport de la Commission d'enquête. Paris (France), 23 p.

INAO, 1995. Rhum agricole de la Martinique. Demande d'accession en AOC. Rapport de la Commission d'enquête. Paris (France).

INFOPLUS Télémedias, 1999. Le dossier « rhum ». Martinique.

JARNOUX J., 1998. Mise en œuvre et bénéfice de la première AOC d'outre-mer. Rapport présenté pour l'obtention du DESS Droit de l'Agro-alimentaire. Université de Nantes (France), Faculté de droit, 120 p.

JORF, 1996a. Décret du 5 novembre 1996 relatif à l'agrément des rhums bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée. NOR : FCE9600197D. *Journal officiel de la République française*, 8 novembre 1996, pp. 16359-16360.

JORF, 1996b. Décret du 5 novembre 1996 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique ». NOR : FCE9600198D. *Journal officiel de la République française*, 8 novembre 1996, pp. 16360-16362.

JORF, 2002b. Décret du 8 février 2002 modifiant le décret du 5 novembre 1996 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique ». NOR : AGRP0101187D. *Journal officiel de la République française*, du 12 février 2002, p. 02817.

KERVEGANT D., 1946. Rhum et eaux-de-vie de canne. Vannes (France), Ed. du Golfe.

LAGOUTTE C., 1998. L'économie du rhum. *Figaro magazine économie*, 25 mai 1998.

MBOLIDI-BARON H., SANCHEZ S., COQUART D., JOUVE P., 2001. Construction de l'Appellation d'origine contrôlée « Rhum agricole Martinique » : une AOC identitaire pour le développement ? Communication au colloque « un produit, une filière, un territoire ». Toulouse, 21-23 mai 2001. UMR Dynamiques rurales, GDR MOCA (Montagnes et communautés agraires), UMR DYMSET (Dynamiques des milieux et des sociétés dans les espaces tropicaux), CEREHT (Centre de recherches sur les Hautes Terres, Cameroun). Actes à paraître.

NICOLAS A., 1997. L'histoire de la Martinique.

NIELSEN AC., 1999. Etude de marché sur les rhums.

OPEN SOFT SYSTEM, 2000. Baromètre global – Marché du rhum. Présentation graphique et informatique des résultats. Schœlcher, Martinique.

Panel distributeurs, 1999. Etude de marché sur les rhums. *Revue Rayons et boissons*. Paris.

PERROT D., 1996. Le régime communautaire du rhum. *In* : UAG (Université des Antilles-Guyane), CARDH (Centre antillais de recherche et de documentation historique), CEDRAC (Centre d'études, de documentation et de recherche en affaires caribéennes). « Rhum et production rhumière aux Antilles ». Colloque du 10 décembre 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, pp. 111-126.

RICHER Y.M., 1992. Le rhum de Martinique : son intégration dans l'économie régionale et internationale. Mémoire de DEA « Caraïbe, Amérique latine ». Martinique, Université des Antilles et de la Guyane, Faculté des lettres et sciences humaines, 137 p.

RICHER Y.M., 1996. Une géographie du rhum en trois dimensions. *In* : UAG, CARDH, CEDRAC. « Rhum et production rhumière aux Antilles ». Colloque du 10 décembre 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, pp. 69-81.

RIOTTE B., 1998. Cahier des charges à suivre pour l'appellation d'origine contrôlée (AOC) Martinique. *In* : AMADEPA (Association martiniquaise pour le développement des productions agricoles), CTCS-Martinique, Chambre d'agriculture. Journée technique Canne à sucre, 9 juillet 1998. Lamentin (Martinique), pp. 99-103.

RONCIN F., 1996a. Appellation d'origine contrôlée. Exemple du rhum de la Martinique. Actes du 2^{ème} colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996, pp. 37-39.

RONCIN F., 1996b. Contribution à la mise en évidence de la typicité des rhums agricoles de la Martinique. Comparaison de deux jurys d'analyse sensorielle. Confrontation avec l'analyse des composés volatils des rhums. Actes du 2^{ème} colloque international sur les rhums. Saint-Denis, Réunion, 26-31 octobre 1996, pp. 199-206.

RONCIN F., 1999. Appellation d'origine et usages locaux : de la nécessité de l'innovation. Exemple d'un produit situé dans un contexte industrialisé lors de la reconnaissance en AOC : le rhum de la Martinique. 67th EAAE Seminar. The socio-economics of origin labelled products in agrifood supply chains : spatial, institutional and coordination aspects. Le Mans (France), 28-30 octobre 1999.

ROSEMAIN R., BARON H., 1999. The quality of the raw material for the production of « rhum agricole » : the case of Martinique. Proceedings of the Caribbean food crops society, 35th Annual meeting, Sainte-Lucia, 25-31 July 1999, pp. 108-118.

ROSE-ROSETTE R., 1986. Le Punch martiniquais. Extrait de la Conférence donnée pour la 1^{ère} fois à Fort de France le 12 septembre 1986. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.hello-caribbean.com/hello19/canne8.htm>.

SANCHEZ S., 2000. Impacts socio-économiques de l'AOC Rhum agricole « Martinique » sur la durabilité de la filière canne. Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'Ingénieur en agronomie tropicale, Master of Sciences. Montpellier (France), CNEARC, 107 p.

SASSIER M., 2000. L'AOC - La traçabilité pour garantir au produit son lien au terroir. *In* : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 224-297.

SDAORAM, 1998. Extrait du fichier d'identification des parcelles pour la campagne rhumière 1998. Document confidentiel. Lamentin, Martinique.

SDAORAM, 1999. Extrait du fichier d'identification des parcelles pour la campagne rhumière 1999. Document confidentiel. Lamentin, Martinique.

SOFRES, 1976. Etude qualitative sur "le rhum". Note de synthèse. Montrouge (France), 42 p.

UAG, CARDH, CEDRAC, 1996. Rhum et production rhumière aux Antilles. Colloque du 10 décembre 1994 au Domaine de Fonds Saint-Jacques (Sainte-Marie). Martinique, Ed. Désormeaux, 133 p.

2.4. Qualité et développement, signes de différenciation : questions méthodologiques, AOC Martinique et autres AOC

ALLAIRE G., SYLVANDER B., 1997. Qualité spécifique et innovation territoriale. Conférence introductive au séminaire « Qualification des produits et territoires », Toulouse, 2-3 octobre 1995. In : Cahier d'économie et sociologie rurales du département ESR, 22 p.

ASSELIN C., COULON J.B., BARBEAU G., MORLAT R., BUCHIN S., PRADEL P., BRUNSCHWIG G., VERDIER I., VAILLON C., 1999. Etude des liens entre terroir et produit dans le cas de la vigne et des vins. Signes officiels de qualité et développement agricole. Paris (France), Ed. Tec-&-Doc.

BÉRANGER C., 1994. Qualité et développement agricole. *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n° 28, pp. 289-291.

BOULET D., BARTOLI P., 1995. Fondements de l'économie des AOC et construction sociale de la qualité. L'exemple de la filière viti-vinicole. Economie et sociologie rurales, Montpellier 1995. Série Etudes et recherches, n°103. Montpellier, ENSAM, INRA, 128 p.

BOURGEOIS L., 1994. La qualité : une nécessité vitale pour l'économie et l'agriculture françaises. INRA, *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n°28, « Qualité et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs », pp. 23-26.

BURAC M., GUEREDRAT J.A., MARIE P., 1995a. Rhum agricole de la Martinique. Délimitation de l'aire géographique en AOC. Proposition de zonage pour l'AOC Rhum agricole de la Martinique. Rapport de la Commission d'experts. Martinique, INAO, 39 p.

BURAC M., GUEREDRAT J.A., MARIE P., 1995b. Rhum agricole de la Martinique. Délimitation de l'aire géographique en AOC. Examen des réclamations après mise à l'enquête. Rapport de la Commission d'experts. Martinique, INAO.

COUZINET L., FRAYSSIGNES J., POUZENC M., SIMMONNEAUX J., 2000. La valorisation des aménités rurales, articulation des stratégies individuelles et organisation collective : l'exemple du Lot. The 6th World Congress of the regional science association international « Firm strategies in a small world », 16-20 mai 2000, Lugano (Suisse).

DORIOZ J.M., FLEURY P., COULON J.B., MARTIN B., 2000. La composante milieu physique dans l'effet terroir pour la production fromagère, quelques réflexions à partir du cas des fromages des Alpes du Nord. *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n°40, pp. 47-55.

FROC J., TRIFT N., SCHEFFER S., 1999. Une loi, des concepts, des mots et des produits. In : BÉRANGER C., VALCESCHINI E., Coord. « Qualité des produits liée à leur origine ». Actes Séminaires des 10 et 11 décembre 1998. Paris (France), INRA, pp. 21-59.

GAROFOLI G., 1996. Développement et transformation des systèmes productifs locaux : globalisation et coopération interrégionale. *Sciences de la société*, n°37, « Territoires frontaliers : discontinuité et cohésion », pp. 83-95. Toulouse (France), Presses universitaires du Mirail.

GIRAUD-HÉRAUD E., 1998. La régulation interprofessionnelle dans le secteur viti-vinicole est-elle fondée économiquement ? INRA.

GUILLOU M., 1994. La qualité, instrument de politique agricole ? *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n° 28, pp. 51-57.

INAO, 2001. Protection internationale des appellations d'origine contrôlées. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/appe/00welcome.html>

LAGRANGE L., BRIAND H., TROGNON L., 1999. Importance économique des filières agroalimentaires de produits sous signes officiels de qualité. Etude comparée de leur évolution en France, dans le Massif central et dans l'Union européenne. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole ». Actes du colloques SFER, 14-15 avril 1999, ENITA, INRA.

PECQUEUR B., 2001. Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Economie rurale*, n° 261, janv.-févr. 2001, pp. 37-49.

PERRIER-CORNET P., 1986. Le massif « Baronnais », les paradoxes de la croissance en montagne : éleveurs et marchands solidaires dans un système de rente. *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, n°2, Avril 1986.

PERRIER-CORNET P., SYLVANDER B., 1999. Les stratégies de qualité des entreprises et l'organisation des filières : stratégies économiques. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole ». Actes du colloque SFER, 14-15 avril 1999. France, ENITA, INRA, pp. 107-118.

PILLEBOUE J., 1992. Un produit, une filière, un pays. In : « L'Armagnac, un produit, un pays ». Ed. Herges,

Coll. Etat des lieux. Toulouse (France), Presses universitaires du Mirail, pp. 39-73.

PILLEBOUE J., 1993. La filière viti-vinicole armagnacaise. Toulouse, UMR Dynamiques rurales, Université de Toulouse-le Mirail, Institut national polytechnique, Ecole nationale de formation agronomique, 70 p.

PILLEBOUE J., 1999. La qualité agro-alimentaire et ses territoires productifs. *Sud-Ouest européen*, n°6, pp. 1-8. Toulouse, Presses universitaires du Mirail.

PILLEBOUE J., 2001. Introduction au colloque « Un produit, une filière, un territoire ». Toulouse, 21-22-23 Mai 2001. UMR Dynamiques rurales, GDR MOCA (Montagnes et communautés agraires), UMR DYMSET (Dynamiques des milieux et des sociétés dans les espaces tropicaux), CEREHT (Centre de recherches sur les Hautes Terres, Cameroun). Actes à paraître.

PLASSARD F., 2002. Méthode n'est pas recette. Article du centre d'études et de recherche en espace rural. Disponible sur Internet [consultation en 2002]. URL : <http://cerer.free.fr/cerer/articlemethode.htm>.

PROST J.A. 1996. Qualité et organisation des filières. INRA, Laboratoire de recherches sur le développement de l'élevage, Corté (Corse), p. 3.

RICARD D., 1999. Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères. *Sud-Ouest européen*, n° 6, pp. 31-40. Toulouse (France), Presses universitaires du Mirail.

SCHEFFER S., RONCIN F., 1999. Qualification des produits et des terroirs dans la reconnaissance des produits en appellation d'origine contrôlée. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole : aspects techniques et économiques ». Actes du colloque de la SFER, 14-15 avril 1999, Clermont-Ferrand. Paris (France), Technique et Communications, pp. 37-57.

SYLVANDER B., 1994. La qualité : du consommateur final au producteur. La construction sociale de la qualité : des produits aux façons de produire. In : INRA. « Qualité et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs ». *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n°28, pp. 27-49.

SYLVANDER B., 1999. Les stratégies d'acteurs dans les appellations d'origine contrôlées : application aux secteurs viticoles, fromagers et charcutiers. In : BÉRANGER C., VALCESCHINI E., Coord. « Qualité des produits liée à leur origine ». Actes Séminaires des 10 et 11 décembre 1998. Paris (France), INRA, pp. 106-119.

SYLVANDER B., MARTY F., 1999. Logiques sectorielles et territoriales dans les AOC fromagères : vers un compromis par le modèle industriel flexible ? In : BÉRANGER C., VALCESCHINI E., Coord. « Qualité des produits liée à leur origine ». Actes Séminaires des 10 et 11 déc. 1998 à Paris. Paris (France), INRA, pp. 120-136.

VALCESCHINI E., 1999. Les signaux de qualité crédibles sur les marchés agroalimentaires : certifications officielles et marques. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole : aspects techniques et économiques ». Actes du colloque de la SFER, 14-15 avril 1999, Clermont-Ferrand. Paris (France), Technique et Communications, pp. 147-166.

VISSAC B., HUBERT B., 1994. Difficultés et perspectives des recherches sur la construction de la qualité. La contribution du département « Systèmes agraires et développement » de l'INRA. *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, n°28, pp. 371-379.

3. Environnement et sous-produits

3.1. Approches générales sur l'environnement et le développement durable

ATTAC (Association pour une taxation des transactions financières pour l'aide aux citoyens), 2001. Pour une économie respectueuse des humains et de la biosphère. Déclaration après l'échec de la conférence de La Haye. Disponible sur Internet [consultation en juin 2001]. URL : <http://attac.org/fra/asso/doc/doc42.htm>.

BRODHAG C., 2001. Glossaire du mécanisme pour un développement propre. Traductions anglais/français et définitions. Version de travail du 22 mars 2001. Disponible sur Internet [Consultation en 2002]. URL : <http://www.agora21.org/energie/GlossaireMDP.doc>.

Comité 21, 1996. Le développement durable ? 21 entrées, soixante quinze initiatives concrètes en France, pp. 17-18. Paris, (France), Ministère de l'aménagement, du territoire et de l'environnement.

Conseil régional de la Martinique, 1996b. Recommandations des assises régionales du développement durable. Pour les assises nationales du développement durable, 16-17 décembre 1996, Paris, Maison de l'Unesco. France, Ed. Imprim'Flash, 48 p.

ESPINAL E.B., 1991. Faune et gestion des ressources naturelles. In : ADEP (Agence nationale pour le

développement de l'éducation permanente). Actes du Colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire », 15-16-17 janvier 1991. Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 71-72.

FERRAI S., 2001. Porto Alegre, une étape décisive vers un autre monde. Le courrier : l'essentiel autrement, 3 fév. 2001.

FLERREAU M., 1991. Allocution d'ouverture. In : ADEP. Actes du Colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire », 15-16-17 janvier 1991. Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 24-27.

FRAGER M., 1991. L'énergie solaire et plus généralement les énergies renouvelables dans le domaine de l'agriculture, de l'environnement et de l'aménagement du territoire en Guadeloupe. In : ADEP. Actes du Colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire », 15-16-17 janvier 1991. Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 80-83.

INRA, 2002. Des boissons à base de jus de canne à sucre. *Presse info*, déc. 2001 / janv. 2002. Disponible sur Internet [mise en ligne : le 29/03/02]. URL : <http://www.inra.fr/PRESSE/dec01/nb3.htm>.

LOCKERETZ W., 1990. Major issues confronting sustainable agriculture. In : FRANCIS Ch., BUTLER F.C., KING L.D. Eds. « Sustainable agriculture in temperate zones ». Wiley, Interscience, pp. 423 et ss.

Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement, 1996. Charte de la concertation. Appel à projets. « Les outils et démarches en vue de la réalisation d'agendas 21 locaux ». Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : <http://www.agora21.org/nouveau/nouveau-territoire.html>.

Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement, 2000. Décret du 7 juillet 2000 portant création du Comité de l'initiative française pour les récifs coralliens (IFRECOR). NOR : ATEN0080012D.

Organisation des Nations Unies, 1992. Sommet Planète Terre. Déclaration de Rio sur le développement et l'environnement. Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement. 3-14 juin 1992, Rio de Janeiro (Brésil). Disponible sur Internet [consultation en février 2001]. URL : <http://www.un.org/french/events/rio92/rio-fp.htm>.

PHILOGENE R., 1991. Environnement, société et éducation. In : ADEP. Actes du colloque « Agriculture, environnement, aménagement du territoire ». Baie Mahault, Guadeloupe, Lycée agricole régional, pp. 37-39.

WCED (World commission environment and development), 1987. Our Common Future. (Rapport G. H. BRUNTLAND). Oxford university press.

3.2. Canne à sucre et questions environnementales

CTCS, 1992c. Canne & environnement. Table ronde sur la filière canne à sucre. Lamentin, Martinique, 11 p.

CTCS, La Mauny, 1994. Etude sur les différentes voies de traitement des vinasses. Martinique, 29 p.

GUIHENEUF P.Y., 1995. Citadelles de sucre. L'utilisation industrielle de la canne à sucre au Brésil et en Inde : réflexions sur les politiques publiques de valorisation de la biomasse. GEYSER (Groupe d'études et de services pour l'économie des ressources). Disponible sur Internet [Consultation en 2001] URL : <http://www.echo.org/fr/construire/themes/industrialecology/ecin09.htm>.

Préfecture de la région Martinique, 1999. Arrêté fixant le règlement d'exécution de la mesure « La coupe en vert de la canne à sucre » dans le cadre de l'opération locale réduction d'intrants des mesures agri-environnementales. Fort-de-France, Martinique, 4 p.

PROSI, 1996. Un nouveau procédé : la steam explosion. Un entretien avec le Professeur George Chan. *PROSI Magazine*, août 1996, n° 331, Actualités. Maurice, pp. 1-3. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag96/chan331.htm>.

PROSI, 1997. La recherche sucrière et la protection de l'environnement : la problématique des produits agrochimiques. *PROSI Magazine*, mai 1997, n° 340, Environnement. Maurice. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag97>.

VASSEUR J.G., MONTREAU F.G., 1977. Les effluents des industries sucrières et rhuinières aux Antilles. Lamentin, Martinique, CTCS, 50 p.

3.3. Pollution, protection des ressources naturelles, recyclage, etc.

AGRO DEVELOPPEMENT SA, 1995. Etude de marché du compost en Martinique pour le projet de compostage commun de la fraction fermentescible des ordures ménagères du SIVMANO et du SIVOM Sud. Rapport de synthèse. ADEME Martinique, 13 p.

- AITAM (Association des ingénieurs et techniciens agricoles martiniquais), 1997. Lettre à Monsieur George NÉGOUAI, Président du CORDEM (Comité de résistance à la destruction de l'environnement martiniquais). Fort-de-France, Martinique, 2 p.
- BLONDON G., AUBRY F., 1994. Recyclage agronomique des boues de station d'épuration et de la bagasse – Appui technique et méthodologique pour la mise en place d'une usine de compostage. Saint-Joseph, Martinique, Anténor, 32 p.
- CHABRIER C., DOREL M., 1998. Projet d'étude. Impact des pesticides sur l'environnement : étude de la contamination des eaux de ruissellement. Martinique, Cirad-FLHOR, 7 p.
- CIDOLIT S. 1991. Les sources de pollution du littoral de la baie de Fort-de-France. Rapport PNUE. Martinique, 28 p.
- DELAUNAY A., LASSOUDIÈRE A., KHAMSOUK B., 2000. Problématique de l'érosion et de la pollution des eaux par les pesticides en Martinique. Sixième journée technique de l'AMADEPA, 17 mai 2000, Lamentin, Martinique. Recueil des communications, pp. 10-15.
- GREPHY, 2001a. Produits phytosanitaires en Martinique. Impact sur l'environnement et la sécurité alimentaire. Note rédigée le 25/02/01, à l'occasion de la venue de Mme Voynet en Martinique. Martinique, 6 p.
- GREPHY, 2001b. Compte-rendus de réunions (du 20/12/01). Martinique, Chambre d'agriculture.
- GUTH, 1999. Présentation de l'Initiative internationale pour les récifs coralliens (ICRI). Compte-rendu de la réunion d'installation du comité de l'Initiative française pour les récifs coralliens (IFRECOR), 17 mars 1999.
- IFRECOR, 1999. Présentation de l'Initiative française pour les récifs coralliens. Disponible sur Internet [Consultation en 2001, mise à jour en 1999]. URL : <http://www.environnement.gouv.fr/ifrecor/domtom/matdmf.htm>.
- JEAN-BAPTISTE I., GROLLEAU O., 2000. Le sous-acétate de plomb, source de rejet polluant : étude d'une solution alternative, le polarimètre laser. Rapport technique 2000. Lamentin, Martinique, CTCS, 12 p.
- JORF, 2002a. Avis aux fabricants, distributeurs et utilisateurs de produits phytopharmaceutiques visés par le décret n°94-359 du 5 mai 1994 relatif au contrôle des produits phytopharmaceutiques. NOR : AGRG0201659V. *Journal officiel de la République française*, du 18 août 2002, pp. 13961-13963.
- KHAMSOUK B., 2001. Impact de la culture bananière sur l'environnement. Influence des systèmes de cultures bananières sur l'érosion, le bilan hydrique et les pertes en nutriments sur un sol volcanique en Martinique (cas du sol brun rouille à halloysite). Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'ENSA Montpellier, discipline : science du sol. Montpellier, 220 p.
- KOROMPLI K., 2000. Animation des mesures agri-environnement en Martinique. Bilan technique. Lamentin, Martinique, Chambre d'agriculture, 6 p.
- LEGUDE B., 2001. Proposition d'étude. Pesticides et alimentation en eau potable en Martinique : identification et quantification des principaux phytosanitaires et de leurs métabolites pertinents. Etude de leur élimination par adsorption sur charbons actifs lors du traitement des eaux de consommation. Université de Poitiers, Laboratoire de chimie de l'eau et de l'environnement (UMR CNRS 6008), Conseil général de la Martinique, Préfecture de Martinique. Poitiers, 14 p.
- LÉVY S., 1993. Mise en place d'une unité de compostage en Martinique. DESS Gestion des ressources naturelles renouvelables, option Génie de l'environnement. Anténor Martinique, Université des sciences et techniques de Lille, 61 p.
- MARIE D., 2000. Les attentes du consommateur martiniquais. In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 56-59.
- PAULIN M.H., 2000. Les déchets dans la ligne de mire. *Antiane Economie*, n°45, pp. 5-6.
- PELLERIN-MASSICOTTE J. 1991. Évaluation de la condition physiologique de *Crassostrea rhizophorae* et de la contamination de la chaîne alimentaire dans la baie de Fort-de-France. France, Rapport PNUE, 18 p.
- Préfecture de la région Martinique, 2001. Arrêté n°01201 fixant la composition et le mandat du Groupe régional phytosanitaire de Martinique (GREPHY). Fort-de-France, Martinique, 4 p.
- SAFFACHE P., 1999. Pour une vraie protection du littoral martiniquais. *Combat Nature*, n° 126, Août 1999, pp. 27-28.

4. Histoire – Géographie - Sociologie

4.1. Histoire économique et géographie du développement : Martinique et autres anciennes « îles à sucre »

ADELAÏDE-MERLANDE J., 1989. Les partages de l'histoire. In : « Antilles, espoirs et déchirement de l'âme créole ». Autrement, Série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 26-31.

APES (Association populaire pour l'éducation scientifique), 1986. La route du sucre. Film vidéo.

BECKFORD G., 1972. Caribbean peasantry : underdevelopment in plantation economies of the third world. Oxford university press, 303 p.

BEST L., 1968. Outlines of a model of pure plantation. *Economy, social and economic studies*, 17 (3), pp. 281-326.

BLÉRALD A.P., 1986. Histoire économique de la Guadeloupe et de la Martinique du XVII^e siècle à nos jours. Paris (France), Ed. Karthala, Coll. Hommes et sociétés, 336 p.

BURAC M., 2000. Les petites Antilles : de l'économie de plantation à l'économie de services. In : BERNABÉ J., BONNIOL J.L., CONFIANT R., L'ÉTANG G. « Au visiteur lumineux - Des îles créoles aux sociétés plurielles : mélanges offerts à Jean BENOÏST ». Guadeloupe, Coll. GERECE-F, Presses universitaires créoles, Ed. Ibis Rouge, pp. 219-235.

BURAC M., 2001b. La grande propriété sucrière à la Barbade et à la Martinique depuis 1848. In : BURAC M. dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique, 1848-1998 ». Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, Coll. Terres d'Amériques/3, pp. 119-151.

COHIN A., 1979. L'abolition de l'esclavage (Histoire de l'esclavage aux Antilles). Fort-de-France, Martinique, Editions Désormeaux, 407 p.

DE MIRAS C., 1987. L'économie martiniquaise : développement sans croissance. Iles tropicales : insularités, insularisme, Coll. Iles et Archipels, n°8, pp. 399-417.

DORIGNY M., 1999. Esclavage, résistances et abolitions. Communication au 123^e Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, Antilles-Guyane, 1998.

DORIGNY M., 2000. Le sucre : histoire et géographie d'un esclavage. Les Cafés géographiques, 30 mai 2000, Compte-rendu de conférence : Olivier MILHAUD. Paris. URL : <http://cafe-geo.com/sucre.htm>.

DOS SANTOS T., 1969. La crise de la théorie du développement et les relations de dépendance en Amérique latine. *L'homme et la société*, n°12, avr.-juin 1969, p. 61.

DUTERTRE J.B., 1973. Histoire générale des Antilles habitées par les François, 1635-1671. Paris (France), Ed. des Horizons Caraïbes.

EADIE E., 1987a. Le paysage de la canne à sucre à la Guadeloupe, à la Martinique et en Guyane aux XVIII^e, XIX^e, XX^e siècles. In : GRILLON-SCHNEIDER A. Coord. « Canne, sucre et rhum aux Antilles et Guyane françaises du XVII^e au XX^e siècle ». France, Ed. du Ponant, tome 2, pp. 9-93.

EADIE E., 1997. Emile Bougenot : sucre et industrialisation à la Martinique de 1860 à nos jours. France, Ed. Pierre-Jacquens Couta, 314 p.

EADIE E., 2000. Les étapes de la constitution du domaine agricole du Galion à partir de 1849. In : BURAC M. Dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, pp. 109-118.

EADIE E., 2001. Le Code noir, une mathématique particulière. In : EADIE E. Dir. « La route du sucre du VIII^e au XVIII^e siècle ». Actes du colloque organisé par l'Association populaire pour l'éducation scientifique, Schoelcher, 2000. France, Ibis Rouge Editions, APES, 304 p.

GRILLON-SCHNEIDER A., 1987. Canne, sucre et rhum aux Antilles et Guyane Française du XVII^e siècle au XX^e siècle. Tome 1. France, Ed. du Ponant s.a., 367 p.

KAPP B., 2001. La solution de l'esclavage. *Le monde économie*, 19/03/01.

LABAT J.B., 1979. Nouveau voyage aux Isles d'Amérique. Paris (France), Ed. Seghers.

LAURET E., 1976. Recherche sur le sous-développement de la Réunion. Le rôle joué par la monoculture de la canne à sucre dans cette situation. Thèse de doctorat de troisième cycle en sciences économiques. Aix en Provence (France), 354 p.

LEFEVRE D., 2001. La Réunion : l'héritage colonial. Encyclopædia Universalis France S.A. Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : http://www.edu-universalis.com/doc/atlas/articles/p152941_1.htm#som6.

LEWIS A.W., 1954. Economic development with unlimited supply of labor. The Manchester School of economic and social studies, Vol. XXII, n°2, pp. 139-191.

LOUIS-JOSEPH C., 1987. L'économie du sucre et du rhum à la Martinique de 1945 à 1986. In : GRILLON-SCHNEIDER A. Coord. « Canne, sucre et rhum aux Antilles et Guyane françaises du XVII^e au XX^e siècle ». France, Ed. du Ponant, tome 2, pp. 233-268.

MONROSE N., 1992. Les transformations de l'économie agricole à la Martinique. Thèse de sciences économiques. Université de Montpellier (France).

MOUSNIER M., CAILLE B., BÉGOT D., 1990. Atlas historique du patrimoine sucrier de la Martinique (XVII-XX^e s.). Paris (France), Ed. L'Harmattan, 104 p.

NÉZET B., 1995. Elaboration d'une typologie pour l'amélioration des systèmes de culture à base de canne à sucre : le cas des communes de Sainte-Marie et de Sainte-Suzanne. Mémoire pour l'obtention du Diplôme d'ingénieur agronome de l'INA-PG. Paris (France), 50 p.

PETITJEAN-ROGET B., 1979. L'épopée de la canne à sucre. Ed. Le Mémorial Martiniquais.

PETITJEAN-ROGET B., 1981. Situation économique des Antilles à la veille de la départementalisation : le cas de la Martinique. Historial Antillais, vol. VI. Paris (France), Société Dajani.

POIRINE B., 1993. Le développement par la rente dans les petites économies insulaires. *Revue économique*, n°6, nov. 1993, pp. 1169-1200.

SCHNAKENBOURG C. Notes sur l'histoire de l'usine du Galion de 1865 à 1939.

ZÉBUS M.F., 1999. Paysannerie et économie de plantation. Le cas de la Guadeloupe, 1848-1980. *Revue Association des ruralistes français, ARF*, n°5.

4.2. Géographie et économie rurale : territoire, paysage, patrimoine, questions foncières

ACKBARALLY N., 1996b. Maurice : la terre au plus bas. SYFIA-Maurice, n°94, nov. 1996. Disponible sur Internet [consultation en mai 2001]. URL : http://www.francophonie.org/syfia/94AGR_6.html.

AFDI, CNASEA, FNSAFER, 1998. Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique. Actes du colloque international, 24, 25 et 26 novembre 1997, Saint-Denis, Ile de la Réunion. France, CNASEA, 611 p.

BURAC M. Dir, 2001a. La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique, 1848-1998. Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, Coll. Terres d'Amériques/3, 440 p.

CASSÉ M.C., GRANIÉ A.M., 2000. Comment penser le rural aujourd'hui ? In : JOUVE P., CASSÉ M.C. Ed. « Dynamiques agraires et construction sociale du territoire ». Actes du séminaire, 26-28 avril. CNEARC Montpellier, Université de Toulouse - Le Mirail. Montpellier (France), CNEARC, Coll. Etudes et travaux n°18, pp. 11-21.

CHIVALLON C., 2001. Paysannerie et patrimoine foncier à la Martinique : de la nécessité de réévaluer quelques interprétations classiques. In : BURAC M. dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique, 1948-1998 ». Paris, GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, Coll. Terres d'Amériques/3, pp. 17-36.

CIVALERO C., 2001. Les affaires foncières devant les tribunaux. In : BURAC M. dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), GEODE Caraïbe, Ed. Karthala, pp. 249-276.

COQUART D., PILLEBOUE J., 2000. Le foie gras : un patrimoine régional ? In : RAUTENBERG M., MICOUD A., BÉRARD L., MARCHENAY P. « Campagnes de tous nos désirs. Patrimoines et nouveaux usages sociaux ». Ministère de la culture et de la communication, Mission du patrimoine ethnologique, Coll. Ethnologie de France, Cahier 16. Paris (France), Ed. de la Maison des sciences de l'homme, pp. 91-104.

DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P., 2001. Territoires et acteurs du développement local. De nouveaux lieux de démocratie. France, Ed. de l'Aube, 180 p.

DEVERRE C., 1998. Les réformes foncières à la Réunion et à la Guadeloupe. Eléments pour un bilan. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». France, CNASEA Ed., pp. 27-39.

JOUVE P., CASSÉ M.C., 2000. Dynamiques agraires et construction sociale du territoire. Montpellier (France), CNEARC, 171 p.

LARRERE R., VERMERSCH D., 2000. Agriculture et environnement : l'économie rurale revisitée. *Economie rurale*, n°255-256, pp. 104-113.

MAGNAN A., 2001. Témoignage de l'Agence d'urbanisme et d'aménagement de la Martinique (ADUAM). In : BURAC M. Dir. « La question de la terre dans les colonies et départements français d'Amérique. 1848-1998 ». Paris (France), Ed. Karthala, pp. 187-194.

MICHELIN Y., 2001. Le paysage, un levier du développement local. In : DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P. « Territoires et acteurs du développement local. De nouveaux lieux de démocratie ». Gémenos (France), Editions de l'Aube, pp. 119-132.

MULDER J., 1999. La politique de qualité des produits agricoles et agroalimentaires dans l'Union européenne : résolution adoptée par le Parlement européen. In : LAGRANGE L. Coord. « Signes officiels de qualité et développement agricole ». Actes du colloque SFER, 14-15 avril 1999. ENITA, INRA, pp. 143-146.

NÉGOUAI G., 1987. Lettre ouverte sur la destruction du patrimoine foncier, 14 mars 1987, aux Présidents du Conseil général et du Conseil régional de la Martinique. Fort-de-France, Martinique, Comité de résistance à la destruction de l'environnement martiniquais (CORDEM), 2 p.

NÉLIDE F., 1998. Le lotissement et l'aménagement des lots dans le cadre de la politique des structures et l'action foncière. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». France, CNASEA Ed., pp. 103-108.

OVIDE-ETIENNE G., 1998. Intervention. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». Actes du colloque international, 24, 25 et 26 novembre 1997, Saint-Denis, Ile de la Réunion. France, CNASEA, p. 41.

POUZENC M., 1999. Grande distribution alimentaire et recomposition des territoires. Etude de stratégies d'acteurs dans les zones rurales de Midi-Pyrénées. Thèse présentée pour le doctorat d'Etudes rurales, mention géographie. Toulouse, Université de Toulouse-Le Mirail, Département de géographie et aménagement, UPRES Dynamiques rurales, Vol. I., 298 p.

PROD'HOMME J.P., 2001. Quels acteurs pour quel développement local ? In : DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P., Dir. « Territoires et acteurs du développement local. Des nouveaux lieux de démocratie ». France, Editions de l'Aube, Coll. Monde en cours, pp. 35-47.

RENARD G., 1998. Intervention dans la restitution de l'Atelier 1, Politique des structures, action foncière et création d'exploitations agricoles. In : AFDI, CNASEA, FNSAFER. « Politique des structures et action foncière au service du développement agricole et rural. Concepts et outils tirés des régions Afrique, Caraïbes, Océan indien et Pacifique ». France, CNASEA Ed., pp. 513-514.

REQUIER-DESJARDINS D., 2000. L'économie du développement et l'économie des territoires : vers une démarche intégrée ? In : CIRAD. « Usage de la notion des territoires dans différentes disciplines scientifiques ». Comité scientifique de la délégation économie et sciences sociales, 30 novembre 2000. Montpellier, Agropolis.

SAHUC P., WISNER-BOURGEOIS C., 2001. Les produits de terroir, emblèmes de la localité. In : DEFFONTAINES J.P., PROD'HOMME J.P., Dir. « Territoires et acteurs du développement local. De nouveaux lieux de démocratie ». France, Editions de l'Aube, Coll. Monde en cours, pp. 81-90.

SOLILY L., BRODHAG C., 2000. Terroirs, territoires et produits à la rencontre des consommateurs. Réalisation Agora 21, Ecole nationale supérieure des mines de Saint-Etienne. Disponible sur Internet [consultation en 2001 ; dernière mise à jour : 27/03/00]. URL : <http://www.agora21.org/publications/terroir.html>.

TORRE P., 1998. Les regroupements localisés de producteurs dans les domaines agroalimentaires. INRA.

4.3. Analyses sociologiques et textes littéraires

ANDRÉ-JACCOULET M.A., 2000. Intervention de Madame Le Bâtonnier Marie-Alice ANDRÉ-JACCOULET le dimanche 12 mars 2000 sur « L'état de droit à la Martinique », à l'adresse de Monsieur le Président de la République. Fort-de-France, Martinique, 6 p.

BASTIEN P., 1989. Pondichéry-Martinique. In : « Antilles, espoirs et déchirements de l'âme créole ». *Autrement*,

série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 116-121.

BENOIST J., 1975. Les sociétés antillaises. Etudes anthropologiques. Centre de recherche caraïbe, Montréal.

BENOIST J., 1983. Un développement ambigu. Structure et changement de la société réunionnaise. FRDOI, Coll. Documents et recherches, n°10. Saint-Denis, Réunion, Nouvelle imprimerie dionysienne, 200 p.

BERNABÉ J., BONNIOL J.L., CONFIANT R., L'ÉTANG G., 2000. Au visiteur lumineux - Des îles créoles aux sociétés plurielles : mélanges offerts à Jean BENOIST. Guadeloupe, Coll. GERECE-F, Presses universitaires créoles, Ed. Ibis rouge, 716 p.

BERNABÉ J., CHAMOISEAU P., CONFIANT R., 1989. Eloge de la créolité. Paris (France), Ed. Gallimard, 72 p.

CABORT MASSON G., 1999. Les puissances d'argent en Martinique. La caste Béké. 4^{ème} édition réactualisée. UE, Ed. VDP, 254 p.

CÉSAIRE A., 1983. Cahier d'un retour au pays natal. (1^{ère} éd. 1939). Paris (France), Ed. Présences africaines.

CHAMOISEAU P., 1986. Chronique des sept misères. Paris (France), Ed. Gallimard, 228 p.

CHAMOISEAU P., DELVER G., GLISSANT E., JUMINER B., 2000. Manifeste pour refonder les DOM. *Le Monde*, vendredi 21 janvier 2000. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. Archives du Monde : <http://www.lemonde.fr/web/recherche/1,13-0,1-0,0.html> ou : <http://perso.club-internet.fr/jacbayle/livres/manifeste.html>.

CHIVALLON C., 2000. Du dilemme entre discours et matérialité : quelques réflexions inspirées par Jean Benoist à propos de la construction de la réalité sociale antillaise. In : BERNABÉ J., BONNIOL J.L., CONFIANT R., L'ÉTANG G., 2000. « Au visiteur lumineux - Des îles créoles aux sociétés plurielles : mélanges offerts à Jean Benoist ». Guadeloupe, Presses universitaires créoles, Ibis Rouge Editions, pp. 43-54.

CONFIANT R., 1994. Commandeur du sucre. France, Ed. Ecriture, 312 p.

CONFIANT R., 1996. Culture : Raphaël Confiat à la recherche d'une mémoire d'avenir. Propos recueillis par Michel Guilloux. *L'Humanité*, 26 octobre 1996. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.humanite.fr/journal/1996/1996-10/1996-10-25/1996-10-25-070.html>.

CONFIANT R., 1999. Régisseur du rhum. France, Ed. Ecriture, 332 p.

DAMOISON D., CONFIANT R., 2000. Le Galion - Canne, douleur séculaire, ô tendresse. Petit-Bourg, Guadeloupe, Ed. Ibis Rouge.

EADIE E., 1987b. L'eau de la rivière. France, Ed. Pierre-Jacquens Couta.

FANON F., 1975. Peau noire, masques blancs. Paris, Ed. du Seuil, Collection Points, 188 p. (Première édition parue en 1952, dans la collection « Esprit »).

FIUMI L., 1936. Images des Antilles. Paris (France), Les Editions des Presses Modernes, 153 p.

FREDJ J., 1989. Le maillon colonial. In : « Antilles, espoirs et déchirement de l'âme créole ». *Autrement*, Série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 21-25.

GLISSANT E., 1993. Antillanité et créolisation. Conférence inaugurale prononcée devant le Carrefour des littératures européennes le 4 novembre 1993. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.france.diplomatie.fr/culture/france/biblio/folio/outremer/glissant.html>

GUICHARNAUD-TOLLIS M., 2001. La canne à sucre : aux sources de l'antillanité cubaine. Communication présentée au Colloque international « Un produit, une filière, un territoire ». Toulouse (France), 21-22-23 mai 2001. Université de Toulouse-Le Mirail, UMR Dynamiques rurales.

HARDY Y., 1989. La tribu des métros. In : « Antilles, espoirs et déchirements de l'âme créole ». *Autrement*, série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 122-131.

KOVÁTS-BEAUDOUX E., 1989. Ces messieurs de la Martinique. « Antilles, espoirs et déchirements de l'âme créole ». *Autrement*, série Monde, H.S. n°41, oct. 1989, pp. 107-115.

L'ÉTANG G., 2001. Vini wè Kouli-a. Anthropologie d'une chanson créole. Disponible sur Internet. [Consultation en 2001]. URL : <http://kapeskreol.online.fr/anthologiechansoncreole.htm>.

LARA O.D., 1992. Caraïbes en construction : espace, colonisation, résistance. Épinay (France), Ed. du CERCAM.

LERO Y., 1977. Peau d'ébène (Poèmes). Carbet (Martinique), Imp. Copyrapid, 54 p.

LIRUS, 1979. Identité Antillaise. Contribution à la reconnaissance psychologique et anthropologique des Guadeloupéens et des Martiniquais. Paris (France), Editions Caribéennes, Coll. Regard, 273 p.

LOUIS M., 2000. Production agricole, consommation et économie en Martinique (L'homme en questions ?). In : Chambre d'agriculture de la Martinique. Actes du Colloque « L'agriculture autrement... La qualité reconnue », 18, 19 & 20 octobre 2000. Lamentin, Martinique, pp. 45-53.

LUCRÈCE A., 2000. Souffrance et jouissance aux Antilles. Essai. Trinité, Martinique, Ed. Gondwana, Coll. Paroles d'isi-a, 223 p.

MORIN E., 1999. Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur. UNESCO, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : <http://www.agora21.org/dd.html>.

ORLAY L., 2001. Des représentations archaïques autour de la plantation sucrière à la Martinique. In : EADIE E. Dir. « La route du sucre du VII^e au XVIII^e siècle ». Actes du colloque organisé par l'Association populaire pour l'éducation scientifique. Schœlcher, 2000. Martinique, Ed. Ibis rouge, pp. 299-304.

OZIER-LAFONTAINE L.F., 1999. Martinique, la société vulnérable. Trinité, Martinique, Ed. Gondwana, Coll. Paroles d'isi-a, 278 p.

PLASSARD F., 1999. Le développement humain et le temps choisi. Texte paru sur la liste de discussion francophone d'ATTAC (Association pour une taxation des transactions financières pour l'aide aux citoyens). Disponible sur Internet [mise à jour en mai 2001]. URL : <http://www.attac.org>.

RELOUZAT R., 1998. Tradition orale et imaginaire créole. Petit-Bourg, Guadeloupe, Ed. Ibis Rouge, 228 p.

RUPAIRE S., 1982. Cette igname brisée qu'est ma terre natale. Gran parad ti kou baton. Paris (France), Ed. Caribéennes, 62 et 48 p.

SABBAH L., 2001. Ecrivains français d'outre-mer. La créolité. Bibliothèque du Ministère des affaires étrangères. Disponible sur Internet [Consultation en 2000]. URL : <http://www.france.diplomatie.fr/culture/france/biblio/folio/outremer/creolite.html>.

SMÉRALDA-AMON J., 2001. Relations interraciales, préjugés de couleur, métissage, constitution de réseaux de pouvoir dans la société esclavagiste et répercussion de ces paramètres sur le manque de cohésion sociale observée actuellement à la Martinique. In : EADIE E. Dir. « La route du sucre du VII^e au XVIII^e siècle ». Actes du colloque organisé par l'Association populaire pour l'éducation scientifique. Schœlcher, 2000. Martinique, Ibis Rouge Editions, pp. 233-270.

WELTER P., 2000. Martinique et Guadeloupe, de fausses jumelles : les deux îles des Antilles françaises ne sont pas si comparables. Campagnes solidaires, mensuel de la Confédération paysanne. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : <http://www.confederationpaysanne.fr/index2.htm>.

ZOBEL J., 1974. La rue Cases-Nègres. Paris (France), Editions Présence Africaine, 240 p.

ZOBEL J., 1987. Et si la mer n'était pas bleue. Paris (France), Ed. Caribéennes, 89 p.

5. Statistiques économiques, économie mondiale, politique agricole, divers

BERTHELOT J., 2001. Au-delà de l'Agenda 2000 : les défis futurs de la PAC. Pour une politique agricole commune durable et cohérente avec un nouvel accord sur l'agriculture solidaire à l'OMC. Parlement européen, Commission de l'agriculture et du développement agricole, Audition publique, 20 novembre 2001, 7 p. Disponible sur Internet [Consultation en 2002]. URL : http://www.solidarite.asso.fr/actions/berthelot_eu.htm.

BREHON N.J., 2001. Dans les coulisses de l'Union. *Le Monde économie*, 2 avril 2001.

DESQUILBET M., GOHIN A., GUYOMARD H., 2000. La nouvelle réforme de la Politique agricole commune : une perspective internationale. INSEE, Economie et statistique, n° 329-330.

DORSEMAINE A., 2000. Une nouvelle page, un tremplin. L'Assemblée nationale adopte la loi d'orientation pour l'outre mer en nouvelle lecture. Communiqué de presse.

FAOstat, 2001. Database results (Statistiques agricoles). Disponible sur Internet [mise à jour du 7 novembre 2001]. URL : <http://www.fao.org>.

FRANÇOIS P., DENEUX M., EMORINE J.P., 1998. Quelle réforme pour la politique agricole commune ? Rapport d'information n°466 au Sénat, 2^{ème} partie, Commission des affaires économiques, 1^{er} sept 1998.

GIZARD X., 2000. Îles, cohésion et gouvernance. In : Commission des Îles de la CRPM (Conférence des Régions Périphériques Maritimes). « Quel statut pour les îles d'Europe ». Ed. L'Harmattan. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://www.eurisles.com/statut_iles/cadre.htm.

INSEE, 1999. Données statistiques : chiffres clés de la région Martinique ; recensement général de la population, etc. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.insee.fr>.

ISSN, 1999. *Barème Social Périodique*, n° 46.

LAROUSSE, 2000. Le petit Larousse illustré 2001. Paris (France), 1786 p.

MARGUERITE P., 1996. Une île au carrefour de plusieurs continents. *Région économie*, n°26, 12/1996. Ministère des affaires étrangères. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : http://www.france.diplomatie.fr/label_france/FRANCE/REGION/MARTI/eco.html.

MIGAUD D., 1998a. Rapport n°1111, fait au nom de la commission des finances, de l'économie générale et du plan, pour le projet de Loi de finances pour 1999 (n°1078). Annexe n°36 : Outre-mer, Départements d'outre-mer. France, Assemblée générale, octobre 1998. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : http://www.assemblee-nationale.fr/budget/plf99/b1111-36.asp#P431_9567.

MIGAUD D., 1998b. Rapport d'information n°1060, fait au nom de la commission des finances, de l'économie générale et du plan, sur les incitations fiscales à l'investissement outre-mer. France, Assemblée nationale. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.assemblee-nationale.fr/rap-info/i1060.asp>.

MSIRI, 2000. Qualité de la canne et coût de production. *PROSI Magazine*, Juillet 2000, n° 378. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://www.prosi.net/mag2000/378july/qual378.htm>.

PATRIAT F., 1998. Extrait du débat sur la loi d'orientation agricole (n° 977, 1058). Assemblée nationale, 5 octobre 1998. Disponible sur Internet [consultation en avril 2001]. URL : <http://www.agora21.org/nouveau/nouveau-territoire.html>.

PAUL C., 2001. Perspectives pour les économies de l'outre-mer français. Semaine du réseau de l'agence française de développement. Intervention de Christian Paul, Secrétaire d'Etat à l'outre-mer, le 7 février 2001.

RAOUL D., 2001. Projet de loi de finances pour 2002 - Tome XXII : Outre-mer. Avis 89 - Tome XXII (2001-2002) - Annexe au procès-verbal de la séance du 22 novembre 2001. Avis présenté au nom de la Commission des affaires économiques et du Plan sur le projet de loi de finances pour 2002, adopté par l'Assemblée nationale.

6. Témoignages extraits d'articles de presse

EADIE E., 2001b. Une terre, une plante, un peuple ! Propos recueillis par Guy Saintot, le 19 mars 2001. Interview sur *Hello Caribbean, le journal du tourisme et de l'évasion*. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://www.hello-caribbean.com/hello19/itv_ee.htm.

FAYAD M., 2000. Dossier : rhum agricole. Un véritable outil de promotion. « Vers une nouvelle économie touristique fière de son rhum ». *France-Antilles Martinique*, 08 nov. 2000.

France-Antilles, 1995. Le rhum Saint-James : de Saint-Pierre à Sainte-Marie. *FA Martinique*, 20 mars 1995.

France-Antilles, 1998. Oui à l'usine, non à la pollution. *FA Martinique*, 11 mai 1998.

France-Antilles, 2000. Lorrain : Une journée portes ouvertes, à la fabrication du sirop batterie. Une tradition qui se perpétue. *FA Martinique*, 2 nov. 2000.

France-Antilles, 2002a. Agriculture : les petits planteurs de canne toujours pas payés. *FA Martinique*, 18 juillet 2002, p. 4.

France-Antilles, 2002b. Plus active que jamais. Sainte-Hélène pour le bonheur des petits planteurs du Sud. *FA Martinique*, 22 août 2002, p. 9.

HERSILIE -HÉLOÏSE E., 1996. Patrimoine : l'épopée du rhum agricole. *France-Antilles Magazine*, du 3 au 9 août 1996.

HERSILIE -HÉLOÏSE E., 2001. Patrimoine : La Favorite, une histoire de famille. *France-Antilles Magazine*, du 2 au 8 juin 2001, pp. 6-8.

LERANDY L., 2001. Un espace culturel, pédagogique, touristique : la plantation Saint-James distille son savoir-faire. *France-Antilles Martinique*, 18 oct. 2001.

LUC J.M., 1997. A la Martinique : une éclaircie pour l'activité rhumière. *Antilla*, 12/02/97.

MADININA WEB, 2000. Grève à RFO : on veut des cadres antillais. Disponible sur Internet. [Consultation en 2001]. URL : <http://perso.wanadoo.fr/madininaweb/actu12juin2000.htm>.

MADININA WEB, 2001. Le Galion sous perfusion. Semaine du 4 juin au 10 juin 2001. Disponible sur Internet. [Consultation en 2001]. URL : <http://perso.wanadoo.fr/madininaweb/actu12juin2000.htm>.

MARIELLO P., 1999. La distillerie JM fête sa 210^{ème} campagne rhumière. *France-Antilles Martinique*, 26/03/99.

PULVAR J.M., 2001a. La dernière sucrerie serait-elle en sursis ? Martinique outre-mer, 23/05/2001. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://martinique.oustremer.com/>.

PULVAR J.M., 2001b. La dernière sucrerie serait-elle en sursis ? Martinique outre-mer, 29/05/2001. Disponible sur Internet [consultation en 2001]. URL : <http://martinique.oustremer.com/>.

RENARD G., 2001. Une Martinique sans canne serait une Martinique déshabillée ! Propos recueillis par Guy Saintot. Interview sur *Hello Caribbean, le journal du tourisme et de l'évasion*. Disponible sur Internet [Consultation en 2001]. URL : http://www.hello-caribbean.com/hello19/itv_gr.htm

SIVATTE K., 2001. Distillerie. Renaissance d'une usine saluée par plus de 1 000 personnes : nouveau punch pour La Mauny. *France-Antilles Martinique*, 28 juin 2001.

ZERK S., 2001. Le directeur du musée du rhum honoré. Michel Fayad : la reconnaissance d'un succès. *France-Antilles Martinique*, 19-20 mai 2001.

7. Sites Internet

Sites de distilleries (fumantes ou non) à la Martinique

- Clément URL : <http://www.rhum-clement.com/>
Depaz URL : <http://www.depaz.fr/>
Dillon URL : <http://www.rhum-dillon.com/>
Groupe BBS URL : <http://www.rhumdemartinique.com/>
Site « Rhum de Martinique » : marques La Mauny, Trois-Rivières et Duquesne
JM (Crassous) URL : <http://www.rhum-jm.com/>
Neisson URL : <http://www.neisson.com/>
Saint-James URL : <http://www.stjames-rum.com/>

Quelques sites relatifs au rhum

- Havana Club URL : <http://www.havana-club.com/fr/>
(Groupe Pernod Ricard, 1999)
Madirhum URL : <http://www.rhums-aoc.com/>
Rhums AOC Martinique : catalogue, Académie du rhum, itinéraire du rhum, etc. Paris.
Rhum 2000 URL : <http://www.rhum2000.com/>
Service d'expédition de rhum et autres produits de Martinique. c/o Mail Boxes Etc (MBE)
Rhum agricole URL : <http://www.rhumagricole.com/>
Guadeloupe Site des « Producteurs de Rhum Antillais » : comité guadeloupéen d'organisation et de défense du marché du rhum (CODERUM-Guadeloupe).
Rhum vieux URL : <http://www.rhumvieux.com/>
Liens avec les sites des rhums de Martinique, Guadeloupe, réunion et rhums d'ailleurs
Service d'expédition de rhum. Lamentin, Martinique. Liaison avec le site « Rhum 2000 ».
Rhums de Chantal Conte URL : http://www.chateautuilerie.com/rhprim_396.html
Présentation de trois rhums agricoles Martinique
Rum URL : <http://www.rum.ch/>
Portail international de sites relatifs aux marques de rhum.

Autres sites (Données sur la canne, le sucre, l'agriculture, la Martinique, etc.)

- Agreste URL : <http://www.agreste.agriculture.gouv.fr>. La statistiques agricole
Statistiques et études sur l'agriculture, la forêt, les industries agro-alimentaires, l'occupation du territoire, les équipements et l'environnement en zone rurale. [Mise à jour de juillet 2002].

- Agora21 URL : <http://agora21.org>
Association pour l'information, la communication et la gouvernance pour le développement durable. Réalisation : Ecole nationale supérieure des mines de Saint-Etienne.
- CEDUS URL : <http://www.lesucre.com/site/quisommesns.php>
« Le site du Sucre » : Site du Centre d'études et de documentation du sucre.
- CERF-Réunion URL : <http://www.cerf-reunion.com>
Centre d'essais, de recherche et de formation : canne à sucre, création variétale (Centre créateur de variétés depuis 1929), technologie sucrière.
- CIRAD URL : <http://Cirad.fr>
- Conseil général Martinique URL : <http://www.cg972.fr/>
- Conseil régional Martinique URL : <http://www.cr-martinique.fr/>
- CTCS URL : <http://www.ctcs.mq> (à partir de déc. 2002)
Centre technique de la canne et du sucre de Martinique.
- Design Mart URL : <http://www.design-martinique.com/design-mart/lacanne.htm>. Copyright © 1995,
Révision : 03-06-2001. Site sur la Martinique.
- e-PHY URL : <http://www.agriculture.gouv.fr/wiphy>
Le catalogue officiel français sur Internet des produits phytopharmaceutiques et de leurs usages, des matières fertilisantes et des supports de culture homologués.
- FaoStat URL : <http://apps.fao.org/>
Fao (Food and agricultural organization of the United Nations). Statistical Database.
- Hachette Multimédia URL : http://fr.encyclopedia.yahoo.com/articles/m/m0002084_p0.html
- Hello Caribean URL : <http://www.hello-caribbean.com/hello19/canne1.htm>
Le journal du tourisme et de l'évasion, Archive : N°19, Avril 2001
- Lameca URL : <http://perso.wanadoo.fr/lameca/dossiers/canne>
Dossiers thématiques - La canne à sucre
©Médiathèque Caraïbe, 2000. Mise à jour de mai 2002.
- Ministère de l'Agriculture URL : <http://www.agriculture.gouv.fr/accueil.htm>
Site officiel du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales.
- Msiri URL : <http://webmsiri.intnet.mu/Frenchsite/Accueil.htm>
Mauritius sugar industry research institute.
- Outre-mer français URL : <http://www.outre-mer.gouv.fr>
- Service public URL : <http://vosdroits.service-public.fr/ARBO/05020401-FXTRA130.html>.



ANNEXES

TABLE DES ANNEXES

Annexe 1.1 : Liste des personnes-ressources.....	II
Annexe 1.2 : Modèle de calcul des surfaces récoltées et des rendements agricoles (2000 et 2001).....	IV
Annexe 1.3 : Production de canne, de sucre et de rhum en Martinique (1952 - 2001).....	V
Annexe 1.4 : Qualité des cannes livrées en usine depuis une trentaine d'années.....	VI
Annexe 1.5 : Le statut de région ultrapériphérique pour les DOM.....	VII
Annexe 1.6 : Extrait de la « Déclaration de Basse-terre ».....	VIII
Annexe 1.7 : Schéma des sous-produits potentiels de la canne à sucre.....	IX
Annexe 1.8 : Fabrication du sucre et du rhum de mélasse courant.....	X
Annexe 1.9 : Elaboration du rhum agricole.....	XII
Annexe 1.10 : Principaux ratios utilisés en distilleries agricoles.....	XIV
Annexe 1.11 : Groupes économiques possédant des distilleries agricoles à la Martinique.....	XV
Annexe 1.12 : Composition de quelques structures de la filière canne.....	XIX
Annexe 2.1 : Synthèse sur l'évolution variétale de la canne à la Martinique.....	XXIV
Annexe 2.2 : Caractéristiques des principales variétés de canne en 2001.....	XXX
Annexe 2.3 : Adventices et caractéristiques des traitements herbicides en canne.....	XXXI
Annexe 2.4 : Principales maladies de la canne à la Martinique.....	XXXIV
Annexe 2.5 : Principaux ravageurs de la canne à la Martinique.....	XXXV
Annexe 2.6 : Des acteurs multiples, des actions juxtaposées en faveur de l'environnement.....	XXXVI
Annexe 2.7 : Constitution des coûts de production de la canne.....	XXXVII
Annexe 2.8 : Matrices de rentabilité selon les modes de conduite.....	XLV
Annexe 2.9 : Comparaison des modes de paiement des cannes en sucrerie et en distillerie.....	XLVIII
Annexe 2.10 : Coefficients de pondération pour calculer le seuil d'assujettissement à l'Amexa.....	L
Annexe 2.11 : Eléments sur la « qualité » nutritionnelle des sucres.....	LI
Annexe 2.12 : Rituel de la consommation du rhum et perceptions.....	LIII
Annexe 2.13 : De l'appropriation des variétés devenues « cannes créoles ».....	LV
Annexe 2.14 : Valeur locative des terres agricoles pour l'année 1999 (valeur par ha et par an).....	LVII
Annexe 2.15 : Répartition des planteurs de canne par type de système d'activités.....	LVIII
Annexe 2.16 : Schéma de fonctionnement des types de systèmes d'activités.....	LIX
Annexe 2.17 : Financements publics de la filière canne-sucre-rhum depuis la création de la SAEM.....	LXX
Annexe 3.1 : AOC et INAO, en bref.....	LXXI
Annexe 3.2 : Décret du 5 novembre 1996 relatif à l'agrément des rhums bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée.....	LXXII
Annexe 3.3 : Décret du 5 novembre 1996 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique ».....	LXXIV
Annexe 3.4 : Procédures à respecter de la plantation à la livraison de canne (AOC et non-AOC).....	LXXVII
Annexe 3.5 : « Les obsèques du vieil homme Canne », un conte.....	LXXVIII
Annexe 3.6 : Modèle de calcul des surfaces récoltées et des rendements agricoles (2002 et scénario).....	LXXX
Annexe 3.7 : Proposition de partenariat industriel et commercial SAEM du Galion - COFEPP.....	LXXXI



Annexe 1.1 : Liste des personnes-ressources

Personnes témoins de l'histoire de la canne, et de l'évolution socio-économique, professionnels de la filière, membres de l'interprofession, enseignants ou partenaires de la filière (sans compter les différents producteurs contactés pour les enquêtes technico-économique)

ARGIS Ernest	Responsable de la fabrication du rhum grand arôme à la SAEM du Galion.
ARIMONE Alfred	Technicien de la Chambre d'agriculture (SUAD). Responsable du suivi des petits planteurs de canne du Centre et du Sud, de 1996 à 2000.
AUDINAY Armand	Chef de service du SUAD (Chambre d'Agriculture).
BENOIT Jean-Claude	Directeur de la distillerie Saint-James et président du CODERUM. Membre du Conseil d'Administration de la SAEM du Galion. Ancien Président du CTCS et ancien Président du SDAORAM (1992-1998).
BERNARD	Employé de la SAFER.
BURAC Maurice	Professeur de Géographie (Université des Antilles-Guyane). Responsable du groupe de recherche GEODE Caraïbe. Expert INAO pour la délimitation de l'aire géographique AOC Martinique.
CAILLEUX Bernard	Secrétaire général du CODERUM .
CERALINE Justin	Producteur de canne. Prestataire de services. Président de Canne-Union (depuis 2000).
CHENE Yves	Ancien directeur de la distillerie Trois-Rivières. Président du SDAORAM.
COGNIER Gilles	Directeur de la distillerie La Mauny. Président du CTCS.
DE GAILLARD	Représentant de l'INAO.
DE POMPIGNAN Michel	Ancien directeur du CTCS. Petit producteur de canne.
DE POMPIGNAN Vincent	Ancien responsable de l'exploitation agricole Lapalun (de 1991 à 1999).
DE REYNALD Rémy	Responsable de l'exploitation agricole de la distillerie Saint-James (SMCS).
DUCHAMP Philippe	Directeur de l'exploitation agricole du Galion (EAG), à Trinité.
EADIE Emile	Docteur en histoire. Président de l'Association populaire pour l'éducation scientifique (APES).
EUGENE Henry	Président de l'Association des planteurs de canne de Trinité. Ancien Président de la CUMA de Malgré-Tout et ancien colon de l'EAG. Vice-Président de la Chambre d'Agriculture.
EUGENIE Eric	Employé de l'exploitation agricole du Galion. Ancien employé du CTCS, chargé du suivi des colons de l'EAG.
FABIAN Thierry	Représentant de l'INAO.
FAYADE Michel	Responsable du Musée du rhum, à la distillerie Saint-James.
HAYOT Jean-Michel	PDG de l'Exploitation agricole du Lareinty (EAL). Ancien Président du CTCS et ancien Président de Canne-Union.
HAYOT Yves	Responsable du Groupe Yves HAYOT, détenant pour partie l'Exploitation agricole du Lareinty, l'Exploitation Lapalun et la distillerie du Simon.
HERY Patrick	Président directeur général des distilleries Dillon et Depaz (groupe BBS).
JULIUS Guy	Responsable du suivi des dossiers de financement à la filière canne à la DAF (et notamment des aides à la mécanisation).
LANDRY Serge	Responsable de la fabrication du sucre à la SAEM du Galion.
LIMERY Hermann	Retraité, ancien conducteur de travaux du CTCS .
MARIE-SAINTE Eugène	Responsable du service agricole du CTCS (plus de trente ans d'expérience).
MARIE-SAINTE Marcel	Responsable de la commercialisation à la SAEM du Galion.

Annexe 1.2 : Modèle de calcul des surfaces récoltées et des rendements agricoles (2000 et 2001)

Le calcul du rendement agricole moyen suppose une estimation de la surface réellement récoltée. Cette estimation part de la différence entre surface cadastrée (ou surface totale déclarée) et surface toisée, évaluée à 2% sur l'ensemble de la sole cannière (en excluant les traces, canaux et abords non plantés).

Partant de cette surface toisée, une seconde estimation permet de tenir compte : d'une part, de la surface en pépinière, servant au renouvellement des plantations ; d'autre part, des plantations tardives, non récoltées l'année N.

	Données 2000	Données 2001
Surface totale (surface cadastrée)	3 200 ha	3 300 ha
Surface plantée (surface toisée)	3 136 ha	3 234 ha
Rendement agricole en pépinière	60 t/ha	60 t/ha
Quantité de boutures mises en terre	7 t/ha	8 t/ha
1 ha de pépinière permet la replantation de	8,57 ha	7,50 ha
Fréquence de replantation moyenne (sur la Martinique)	10 ans	9 ans
Taux annuel de replantation	10,00%	11,11%
Surface replantée dans l'année	313,60 ha	359,33 ha
Surface réservée pour pépinières	36,59 ha	47,91 ha
% de la surface totale en pépinières	1,14%	1,45%
% surface plantée non récoltée (plantations tardives)	5,00%	5,00%
Surface replantée non récoltée en année N	15,68 ha	17,97 ha
Total surface non récoltée pour transformation (pépinières + grandes cultures)	52,27 ha	65,88 ha
Surface récoltée pour transformation industrielle	3 084 ha	3 168 ha
Tonnage de cannes broyées	231 403 t	203 733 t
Rendement agricole (/surface récoltée)	75 t/ha	64 t/ha

D'après : CTCS, 2002 (Base de données) ; suivi d'exploitations et estimations.

Au final, la surface non récoltée pour la transformation industrielle représente respectivement 3,63 et 4% de la surface totale cadastrée en 2000 et 2001.

Annexe 1.3 : Production de canne, de sucre et de rhum en Martinique (1952 - 2001)

Années	Tonnes de cannes manipulées			Production et exportation de sucre (ts)				Production de rhum (HAP)			
	Usine(s)	Distilleries agricoles	Total	Product° de sucre	Rdt moy. en kg/tc	Exportat° de sucre	%tage exportat°	Rhum industr.	Rhum agricole	Total	%tage Rh. agr.
1952	550 000	100 000	650 000	38 300	69,64	33 400	87,21%	71 078	56 098	127 176	44%
1953	680 000	120 000	800 000	54 100	79,56	49 600	91,68%	76 807	64 518	141 325	46%
1954	900 000	105 000	1 005 000	69 200	76,89	65 700	94,94%	80 100	56 098	136 198	41%
1955	910 000	90 000	1 000 000	82 300	90,44	77 600	94,29%	60 450	38 862	99 312	39%
1956	1 100 000	95 000	1 195 000	86 300	78,45	72 100	83,55%	69 151	42 340	111 491	38%
1957	750 000	90 000	840 000	69 300	92,40	59 200	85,43%	62 882	34 743	97 625	36%
1958	790 000	100 000	890 000	66 900	84,68	60 500	90,43%	79 113	50 461	129 574	39%
1959	860 000	100 000	960 000	79 800	92,79	69 400	86,97%	55 006	50 405	105 411	48%
1960	900 000	95 000	995 000	79 500	88,33	71 500	89,94%	56 608	47 012	103 620	45%
1961	1 105 000	95 000	1 200 000	89 700	81,18	74 300	82,83%	67 431	44 205	111 636	40%
1962	950 000	100 000	1 050 000	84 200	88,63	79 100	93,94%	63 833	45 643	109 476	42%
1963	1 105 000	110 000	1 215 000	92 500	83,71	78 300	84,65%	71 252	53 537	124 789	43%
1964	620 000	100 000	720 000	61 500	99,19	49 400	80,33%	57 422	46 512	103 934	45%
1965	790 000	105 000	895 000	70 200	88,86	61 700	87,89%	53 804	52 651	106 455	49%
1966	700 000	100 000	800 000	53 200	76,00	44 400	83,46%	55 893	47 000	102 893	46%
1967	600 000	95 000	695 000	47 100	78,50	37 900	80,47%	45 224	35 708	80 932	44%
1968	450 000	95 000	545 000	37 300	82,89	27 800	74,53%	42 052	38 259	80 311	48%
1969	464 000	109 000	573 000	31 571	68,04	20 800	65,88%	40 307	57 937	98 244	59%
1970	391 942	92 940	484 882	26 866	68,55	18 000	67,00%	46 108	52 405	98 513	53%
1971	402 375	112 000	514 375	28 274	70,27	19 100	67,55%	51 730	51 807	103 537	50%
1972	356 113	110 625	446 738	21 750	61,08	13 200	60,69%	52 169	58 480	110 649	53%
1973	305 269	106 606	411 875	22 944	75,16	16 800	73,22%	47 469	59 318	106 787	56%
1974	247 726	118 224	379 726	18 908	76,33	3 100	16,40%	42 014	60 310	102 324	59%
1975	236 260	135 489	366 321	15 996	67,71	4 400	27,51%	42 565	70 285	112 850	62%
1976	204 108	121 890	325 998	13 990	68,54	2 900	20,73%	27 303	74 284	101 587	73%
1977	216 575	132 652	349 227	14 424	66,60	3 100	21,49%	27 625	72 192	99 817	72%
1978	192 015	150 008	342 023	12 509	65,15	2 300	18,39%	25 329	84 796	110 125	77%
1979	173 043	140 323	313 366	9 370	54,15	160	1,71%	25 319	84 396	109 715	77%
1980	128 885	122 279	251 164	6 394	49,61	n.c.	n.c.	26 326	82 585	108 911	76%
1981	94 568	142 832	237 400	3 067	32,43	-	-	30 199	76 426	106 625	72%
1982	59 047	147 419	206 466	1 979	33,52	-	-	20 510	80 927	101 437	80%
1983	83 094	130 201	213 295	3 949	47,52	-	-	7 556	65 948	73 504	90%
1984	90 200	132 185	222 385	5 462	60,55	-	-	11 210	70 134	81 344	86%
1985	117 562	110 994	228 556	8 610	73,24	-	-	7 876	61 642	69 518	89%
1986	109 401	118 605	230 119	8 373	76,53	-	-	8 419	67 727	76 146	89%
1987	98 534	108 948	207 482	6 365	64,60	-	-	10 600	63 498	74 098	86%
1988	104 838	95 386	200 224	7 387	70,46	-	-	11 147	53 006	64 153	83%
1989	101 596	113 411	215 007	7 278	71,64	-	-	10 328	63 467	73 795	86%
1990	99 830	103 965	203 795	6 589	66,00	-	-	11 356	52 540	63 896	82%
1991	87 750	98 069	185 819	6 589	75,09	-	-	10 378	52 305	62 683	83%
1992	98 443	111 781	210 224	6 443	65,45	-	-	14 646	60 530	75 176	81%
1993	117 969	110 121	228 090	6 626	56,17	-	-	15 867	57 854	73 721	78%
1994	105 803	91 038	196 841	7 328	69,26	-	-	12 060	57 785	69 845	83%
1995	114 812	94 553	209 365	8 041	70,04	-	-	12 067	52 193	64 260	81%
1996	114 394	98 395	212 789	7 721	67,49	-	-	9 741	56 130	65 871	85%
1997	86 395	95 112	181 507	7 234	83,73	-	-	13 292	56 709	70 001	81%
1998	90 932	97 561	188 493	6 535	71,87	-	-	11 673	57 031	68 704	83%
1999	86 340	117 954	204 294	6 341	73,44	-	-	11 039	68 434	79 473	86%
2000	91 624	139 751	231 375	6 360	69,41	-	-	15 949	77 704	93 653	83%
2001	80 707	123 026	203 733	5 727	70,96	-	-	13 543	78 160	91 703	85%

n.c. : non communiqué (ou exportations très faibles ~1%)

D'après : Données INSEE jusqu'en 1970 (chiffres cités par LOUIS-JOSEPH, 1987 ; p. 268) ;

Données CTCS et SAEM du Galion (1971 - 2001) et données CODERUM (pour le rhum à partir de 1994 - Rh indus. = RTS + RGA)

Annexe 1.4 : Qualité des cannes livrées en usine depuis une trentaine d'années

Années	BRIX%JUS (g matière sèche soluble/100 g jus)	POL%JUS (g saccharose /100 g jus)	PURETE (g saccharose /100g mat. sèche)	FIBRE REELLE* (g résidu fibreux /100g canne)	RICHESSÉ* (g saccharose extractible /100 g canne)	CP* Coefficient de Paiement
1973	18,2	14,69	80,53			8,36
1974	17,5	14,33	81,93			8,14
1975	18,5	15,44	83,51			8,75
1976	18,6	15,54	83,68			8,90
1977	19,2	15,94	82,80	15,58	12,74	8,89
1978	17,4	14,25	81,84	15,28	11,47	8,03
1979	18,1	14,93	82,67	15,65	11,93	8,32
1980	18,4	14,91	82,52	15,62	11,92	8,23
1981	16,3	12,59	77,14	15,5	10,08	6,78
1982	17,6	14,29	81,19	16,35	11,27	7,78
1983	19,4	15,63	80,56	16,15	12,38	8,34
1984	19,2	15,92	82,92	15,78	12,7	8,86
1985	19,3	15,79	81,81	16,07	12,53	8,56
1986	19,3	15,98	82,80	15,86	12,73	8,83
1987	19,9	16,22	81,50	15,88	12,92	8,88
1988	19,2	15,86	82,60	16,25	12,57	8,55
1989	18,8	15,04	80,00	16,71	11,82	7,82
1990	18,6	15,00	80,65	16,18	11,91	7,99
1991	18,8	15,21	81,15	15,87	12,14	8,28
1992	18,1	14,83	81,93	15,78	11,84	8,14
1993	17,6	14,36	81,59	15,44	11,52	7,99
1994	19,8	16,45	83,08	15,88	13,08	9,05
1995	17,7	14,79	83,55	15,29	11,88	8,38
1996	18,2	15,15	83,24	15,85	12,05	8,37
1997	20,2	17,1	84,70	16,31	13,51	9,32
1998	18,9	15,38	81,37	15,62	12,3	8,45
1999	18,5	15,42	83,40	15,65	12,32	8,57
2000	17,8	14,76	82,92	15,66	11,78	8,16
2001	21,10	17,63	83,55	16,40	13,91	9,46
Moyenne	18,66	15,31	82,08	15,87	12,21	8,43
Ecart type	0,99	0,97	1,50	0,37	0,77	0,53

Source : CTCS, 2001. Base de données

* Formules de calcul dans CTCS, 1993a.

(Calculs de la fibre réelle et de la richesse mis en place ne Martinique à partir de 1977)

Annexe 1.5 : Le statut de région ultrapériphérique pour les DOM

Le traité d'Amsterdam a conforté la spécificité du régime applicable aux DOM, selon l'article 299-2 (se substituant à l'ancien article 227-2 du traité de Rome). "*[...] compte tenu de la situation économique et sociale structurelle des départements français d'outre-mer, des Açores, de Madère et des îles Canaries, qui est aggravée par leur éloignement, l'insularité, leur faible superficie, le relief et le climat difficile, leur dépendance économique vis-à-vis d'un petit nombre de produits, facteurs dont la permanence et la combinaison nuisent gravement à leur développement, le Conseil, [...], arrête des mesures spécifiques visant, en particulier, à fixer les conditions de l'application du présent traité à ces régions, y compris les politiques communes*".

Le nouveau traité reconnaît donc clairement les handicaps structurels qui frappent ces régions ultrapériphériques (RUP) et, en conséquence, la possibilité d'adopter des "*mesures spécifiques*" en leur faveur [...]. Ce nouveau régime juridique consolide les apports de l'intégration à l'Union européenne des départements d'outre-mer, qui bénéficient de régimes d'aide communautaire spécifiques, ainsi que de crédits importants au titre des fonds structurels européens. Les régimes d'aides spécifiques s'inscrivent pour l'essentiel dans le cadre du POSEIDOM. Ce dernier comporte un volet agricole (incluant des mesures de soutien aux secteurs traditionnels de la banane et de la canne), un volet pêche et un volet fiscal (adaptation de la fiscalité indirecte, régime spécial de l'octroi de mer).

En outre, les départements d'outre-mer ont accès, comme les autres régions européennes, aux crédits distribués par les différents fonds structurels : Fonds européen de développement régional (FEDER), Fonds social européen (FSE), Fonds européen d'orientation et de garantie agricole (FEOGA), Instrument financier d'orientation pour la pêche (IFOP). Ces crédits sont regroupés depuis 1994 dans un document unique de programmation, dit DOCUP. S'y ajoutent les programmes d'initiative communautaire (dont le programme Régis II en faveur des régions isolées). Eligibles à l'objectif 1, qui s'adresse aux régions dans lesquelles le PIB par habitant est inférieur à 75% de la moyenne communautaire, les départements d'outre-mer bénéficient de sommes très importantes au titre de ces financements communautaires. Le montant global des fonds ainsi alloués aux DOM s'est élevé à près de 1,8 milliards d'euros (12 milliards de francs) pour la période 1994-1999.

Pour la période 2000-2006, au cours de laquelle les quatre DOM restent les seules régions françaises éligibles à l'objectif 1, cette enveloppe est considérablement accrue, atteignant plus de 3,5 milliards d'euros (23 milliards de francs). Il s'agit là d'un atout majeur pour le développement économique de ces régions, traversées par de préoccupantes difficultés économiques et sociales.

D'après : LARCHÉ et *al.*, 2000 ; pp. 10-11.

Guadeloupe, Guyane, Martinique, la Réunion : la départementalisation à la recherche d'un second souffle.

Annexe 1.6 : Extrait de la « Déclaration de Basse-terre »

Les régions d'outre-mer, "le courage politique au service du développement"

Les Présidents des régions de Guadeloupe, Guyane, Martinique, réunis à Basse-Terre, le 01 décembre 1999, constatent :

- La dégradation continue depuis de nombreuses années de la situation de leurs Régions, illustrée notamment par :
 - Une destruction systématique de l'initiative locale ;
 - Un affaiblissement des filières productives ;
 - La déstabilisation financière des Collectivités ;
 - Un taux de chômage croissant (en moyenne 30%).
- Le développement rapide des dérives sociales, destructrices pour leurs sociétés et en particulier pour les jeunes générations dont les perspectives d'emploi apparaissent de plus en plus aléatoires.
- L'impossibilité de mettre un terme à cette situation avec les moyens actuels qui leur sont dévolus dans le cadre de leurs compétences, malgré des efforts financiers importants des Collectivités Territoriales et les concours de l'Etat et de l'Union Européenne.
- L'inadéquation d'un dispositif fiscal et social conçu pour un pays développé et appliqué à des Régions en retard de développement.

Considérant les résultats obtenus par les autres Régions Ultrapériphériques (Canaries, Açores, Madère) en matière de développement et de progrès social,

Décident :

D'unir leurs efforts afin de bâtir un projet de développement économique social et culturel impliquant la prise en compte des identités propres à chaque Région et basé sur l'évidence que la dignité procède du travail et non de l'assistanat.

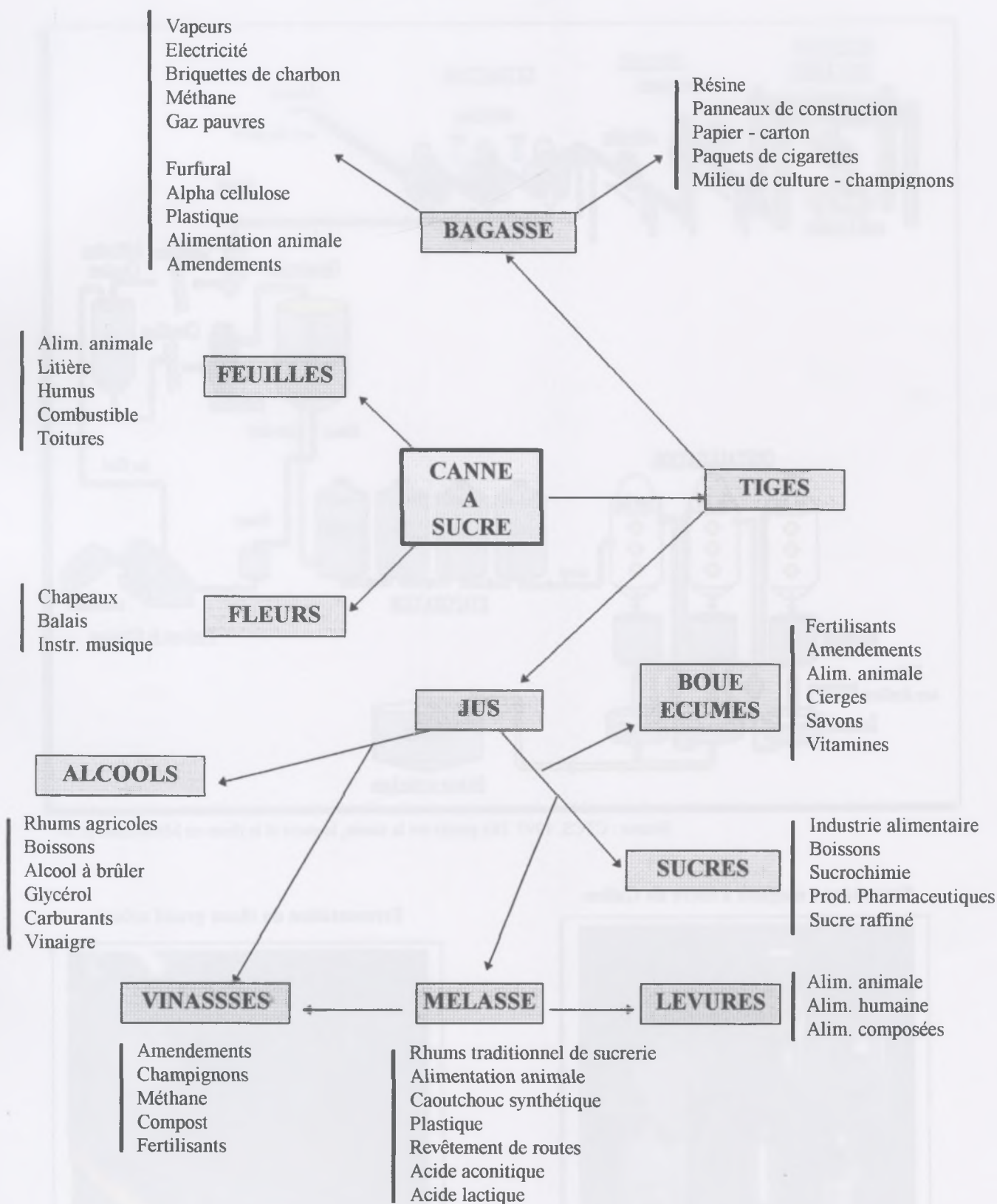
Ce projet doit encourager la créativité et l'émergence d'activités productives afin de mettre un terme au développement d'une "société de consommation". Ce projet doit également rompre avec le cycle infernal de "l'emploi assisté" pour favoriser la création et le développement d'entreprises, orienter les jeunes vers les métiers à forte plus value, réaménager les formations vers les secteurs à forte potentialité. Cela suppose aussi, un partenariat actif avec le secteur socioprofessionnel, qui doit participer à une nouvelle économie qui ne se réfère pas exclusivement à l'aide publique.

Les Présidents, conscients de la volonté de leur population de mieux maîtriser son devenir, affirment solennellement leur engagement à exposer et expliquer leur projet, afin de recueillir, après consultation, son adhésion.

En conséquence, les Présidents des trois Régions proposeront au Président de la République et au Gouvernement, une modification législative voire constitutionnelle, visant à créer un statut nouveau de Région d'Outre-Mer doté d'un régime fiscal et social spécial pour la Guadeloupe, la Guyane et la Martinique, dans le cadre de la République Française d'une part, et de l'Union Européenne d'autre part (article 299-2 du Traité d'Amsterdam). [...]

D'après : Réunion des Présidents de Région : Guadeloupe - Guyane - Martinique, le 1/12/99 -
 Lucette MICHAUX-CHEVRY, le Président du Conseil régional de la Guadeloupe,
 Antoine KARAM, le Président du Conseil régional de la Guyane,
 Alfred MARIE-JEANNE, le Président du Conseil régional de la Martinique.

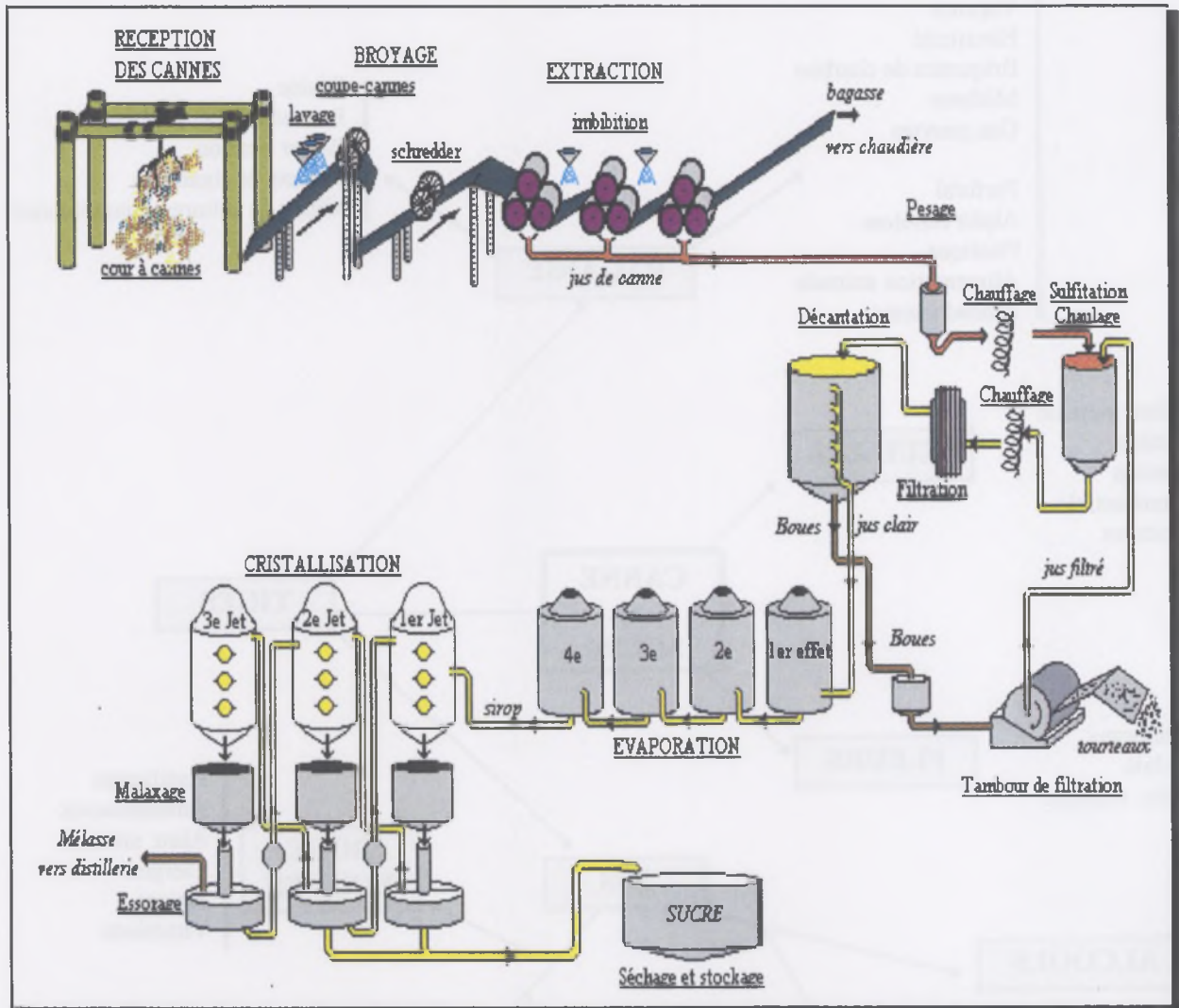
Annexe 1.7 : Schéma des sous-produits potentiels de la canne à sucre



Source : CTCs, 1997. Dix points sur la canne, le sucre et le rhum en Martinique. p. 20.

Annexe 1.8 : Fabrication du sucre et du rhum de mélasse courant

Schéma de fabrication du sucre



Source : CTCS, 1997. Dix points sur la canne, le sucre et le rhum en Martinique. p. 16.

Ensachage : magasin à sucre du Galion



Cliché CTCS, 2002.

Fermentation du rhum grand arôme



Cliché CTCS, 2002.

De la réception des cannes à l'ensachage du sucre

D'après : CTCS, 1997 et CODERUM, 1986

Réception et broyage des cannes

Les chargements de canne, qui arrivent par camions ou remorques à l'usine du Galion, sont tout d'abord pesés. Des échantillons sont prélevés dans chaque chargement, afin d'être analysés (Brix, Pol, et taux de fibre) pour déterminer le coefficient qui sert au paiement du planteur (CP).

Après quoi, les cannes sont déchargées et stockées dans la cour de l'usine. En fonction du rythme de fonctionnement de l'usine et de ses besoins, un grappin fixé sur un portique dépose les cannes sur la table d'alimentation. Celles-ci sont abondamment lavées, puis égalisées par des coupe-cannes, avant de passer dans une série de quatre moulins. Chaque moulin est constitué de trois « rolls » cylindriques, horizontaux et dentelés, qui éclatent les cellules de la tige de canne. Par imbibition composée, le saccharose est ainsi progressivement extrait. Le jus de canne est récupéré sous chaque moulin, tandis que le résidu fibreux, la bagasse, est récupérée à la sortie du dernier moulin. Elle est brûlée dans la chaudière et fournit ainsi l'énergie nécessaire au fonctionnement de l'unité industrielle.

Fabrication du sucre

Le jus est réchauffé, chaulé (pour permettre la précipitation des « boues ») et sulfité (pour empêcher le développement des bactéries). Il est ensuite versé dans une cuve, qui permet de séparer, par décantation, le jus clair des écumes de défécation. Ces dernières (couramment appelées « boues ») sont ensuite renvoyées sur un tambour de filtration où l'on extrait d'un côté du jus, qui sera chaulé et, de l'autre, des tourteaux riches en matière organique.

Le jus clair est ensuite envoyé dans plusieurs évaporateurs en série (appelés effets), où le jus perd 75% de son eau, en prenant une teinte brunâtre du fait de la température d'ébullition. Le sirop qui sort de la dernière « cuite » est ensuite cristallisé sous vide partiel. Les trois cuissons successives (appelés jets) permettent de recueillir un maximum de sucre. Le produit résiduel, la mélasse, sert à la fabrication de rhum de sucrerie : rhum industriel courant (RIC), dit rhum traditionnel de sucrerie (RTS) et rhum « grand arôme ». La masse cuite est centrifugée et le sucre récupéré est séché, ensaché, puis stocké.

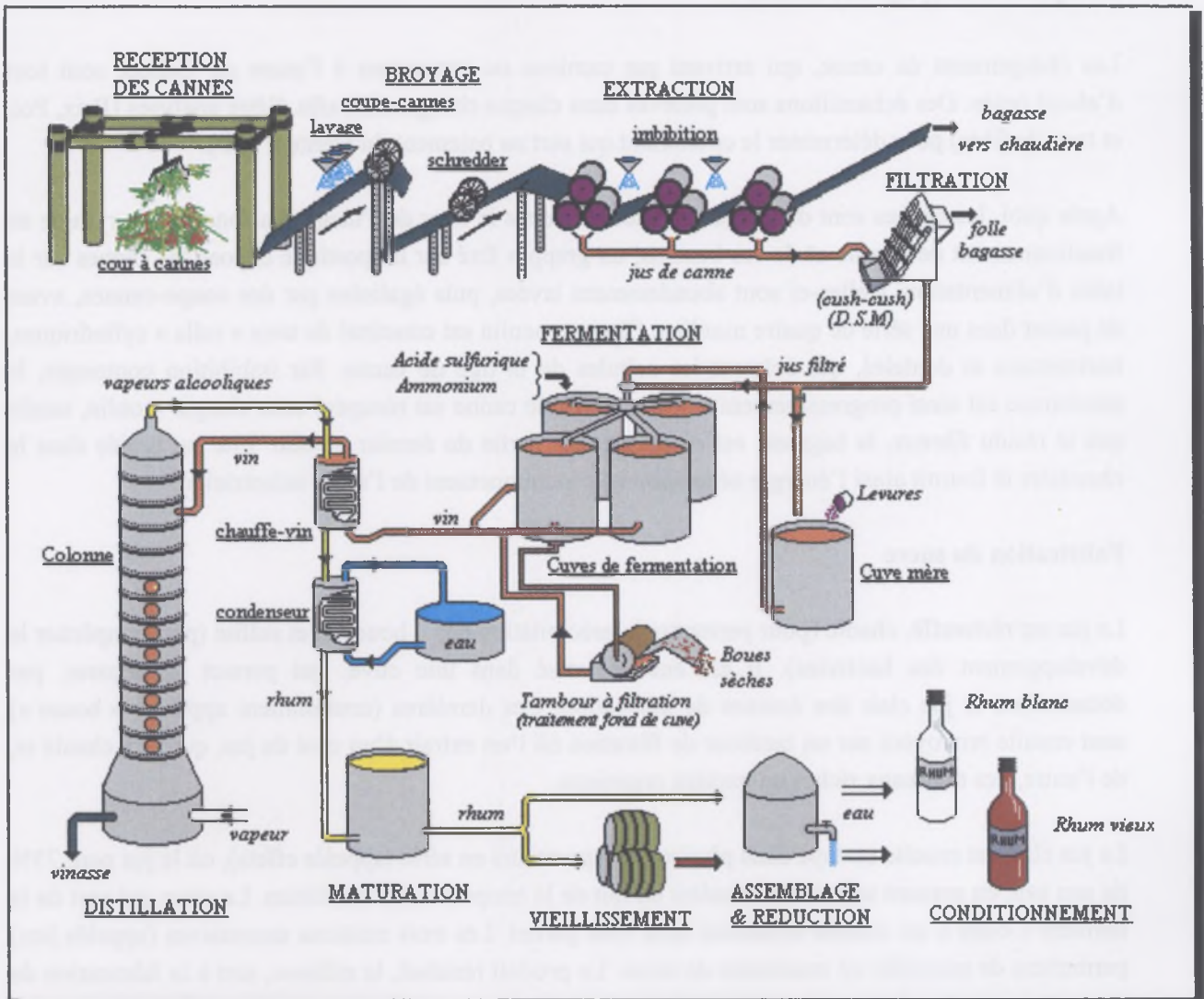
Fabrication du Rhum industriel courant (RIC) ou Rhum traditionnel de sucrerie (RTS)

La mélasse, résidu de fabrication du sucre, est mise à fermenter avec des levures sélectionnées. Au bout de 36 à 48 heures de fermentation, s'obtient un jus alcoolique, tirant entre 5 et 6% d'alcool en volume. Comme pour l'élaboration du rhum agricole, la distillation s'effectue dans des colonnes à flux continu, à la sortie desquelles l'alcool titre entre 65 et 75% d'alcool en volume. Cet alcool, limpide et incolore, peut faire l'objet de divers traitements conduisant à un large éventail de produits marchands.

L'annexe suivante permet d'approfondir le principe de la fabrication du rhum, dans le cas particulier du rhum agricole.

Annexe 1.9 : Elaboration du rhum agricole

Schéma d'élaboration du rhum agricole



Source : CTCS, 1997. Dix points sur la canne, le sucre et le rhum en Martinique. p. 18.

Cuves de maturation



Cliché CTCS, 2002 .

Chais de vieillissement



Cliché CTCS, 2002 .

De la réception des cannes à la mise en bouteille du rhum

D'après : CTCS, 1997 ; CODERUM, 1986

Réception et broyage de la canne

Comme à l'usine du Galion, la canne livrée en distillerie est tout d'abord pesée. Un échantillon, prélevé manuellement, permet de déterminer la qualité du chargement, en fonction de la teneur du jus en matières sèches dissoutes (Brix). Les cannes sont ensuite déchargées, défibrées et pressées par des moulins horizontaux. Les modalités de stockage dans la cour à cannes et de broyage varient selon les distilleries. Par imbibition composée, le jus est extrait au niveau des moulins. Comme en sucrerie, la bagasse est utilisée pour l'alimentation énergétique de chaque distillerie.

La fermentation

Le jus d'extraction, appelé « vesou », est isolé. Après filtration et dilution, il est mis à fermenter dans des cuves, avec comme additifs des levures sélectionnées (pouvant provenir de la cuve mère), de l'acide sulfurique (pour la protection contre les bactéries) et du sulfate d'ammonium (servant de nutriments à la flore microbienne). La fermentation dure entre 24 à 48 heures, au bout desquelles le jus se transforme en « grappe » ou vin. Celui-ci titre alors 4 à 6% d'alcool en volume.

La distillation

Le vin soutiré de la cuve est préchauffé (chauffe vin), puis distillé dans des colonnes en cuivre à distillation continue. Les colonnes sont composées de plateaux à niveau constant et barbotage à vapeur, empilés les uns sur les autres. Elles sont chauffées à leur base par la vapeur d'eau provenant de la chaudière. Progressivement, le vin épuisé de son alcool est évacué sous forme de vinasse par la partie basse de la colonne, alors que les vapeurs d'alcool se condensent dans un réfrigérant (condenseur) et s'écoulent sous forme de rhum à haut degré. Le rhum est ensuite stocké en cuve inox pendant un minimum de temps pour permettre son aération et sa bonification. Il peut être conservé en cuve inox jusqu'à sa réduction et sa mise en bouteille (rhum blanc) ou être mis en vieillissement.

Le vieillissement

Pour l'élaboration de rhums vieux, le produit distillé est mis à vieillir dans des fûts de chêne d'une capacité maximale de 650 litres, pendant un minimum de trois ans. Au cours de cette étape, l'évaporation (qualifiée pour le Cognac de « part des anges ») est de l'ordre de 8% sur l'ensemble des stocks, selon la température, la nature des chais et le degré hydrométrique. Outre la réduction du volume, cette évaporation conduit à une réduction du titre alcoolique du rhum, estimée à près de 10% les premières années. Cette évaporation sélective favorise la concentration de nombreux composants, peu ou non volatils. A l'issue de cette phase de vieillissement, dont la surveillance doit être constante, lorsque le rhum est jugé arrivé à terme (dissolution maximale des matières tanniques et essences du bois), il peut être transvasé en foudre de bois, en bacs opacifiés ou en bouteilles (où son évolution est stoppée).

La coupe

Avant la mise en bouteille, s'effectue l'assemblage, soit à partir de rhums d'âges différents, si l'embouteillage se fait sur place par le maître de chai, soit à partir de rhums de différentes provenances, si l'assemblage est réalisé par un négociant (dans le cas d'exportation en vrac). La coupe, réalisée par adjonction d'eau, rabaisse le degré du produit entre 44 et 55% le plus souvent, selon la demande.

Annexe 1.10 : Principaux ratios utilisés en distilleries agricoles

	tonne de canne	hl de vesou	HAP	hl de rhum 55°	m3 de vinasse	m3 effluent moyen	kg de DCO (effluent moy.)	kg de DBO (effluent moy.)
1 tonne de canne	1	14	0,578	1,040	1,387	1,416	28,44	75,14
1 hl de vesou	0,071	1	0,041	0,074	0,099	0,101	2,03	5,37
1 hl d'alcool pur (HAP)	1,730	24,221	1	1,818	2,400	2,450	49,20	130,00
1 hl de rhum à 55°	0,962	13,462	0,550	1	1,334	1,362	27,34	72,25
1 m3 de vinasse	0,417	10,092	0,417	0,750	1	1,021	20,500	54,167
1 m3 d'effluent moyen	0,408	9,886	0,408	0,734	0,980	1	20,08	53,06
1 kg de DCO (effluent moyen)	0,035	0,492	0,020	0,037	0,049	0,050	1	2,64
1 kg de DBO (effluent moyen)	0,013	0,186	0,008	0,014	0,018	0,019	0,38	1

D'après : - Résultats de campagnes rumières ;
 - CTCS, La Mauny, 1994 ;
 - CTCS, 1992.

Sur la moyenne des deux dernières campagnes (2001 – 2002), les ratios s'établissent comme suit :

1 tonne de canne = 14 à 18 hl de vesou à 4%
 = 0,55 à 0,66 HAP
 = 1,68 à 2,16 m3 de vinasse
 = 33,60 à 43,20 kg de DCO (à raison de 20 g de DCO par litre de vinasse)

Annexe 1.11 : Groupes économiques possédant des distilleries agricoles à la Martinique

- 1 – Le groupe Rémy - Cointreau
- 2 – Le groupe Bardinet – La Martiniquaise
- 3 – Le groupe Yves & Bernard Hayot
- 4 – Le groupe BBS

1 – Le groupe REMY-COINTREAU, groupe mondial de vins et spiritueux

Présentation du groupe

Deux métiers : producteur et distributeur

Siège social : 152, av. des Champs-Élysées, 45 008 Paris (France)

Chiffre d'affaires : 791 millions d'euros (5,2 milliards de francs)

Résultat net : 148 millions d'euros (970 millions de francs)

Personnel : 1 500 personnes dans 50 pays

Marques prestigieuses et de notoriété internationale :

- les champagnes Piper-Heidsieck et Charles Heidsieck,
- les liqueurs et spiritueux avec la marque leader Cointreau et Passoa,
- l'armagnac Clés des Ducs,
- Rhum Saint-James (Martinique) et Mount Gray (Barbade).

Stratégie commerciale

Distribution :

Réseau mondial de distribution (Maximum),
détenu à parités égales par Rémy-Cointreau, Highland Distillers et Jim Beam Brands
Marques commercialisées dans 200 pays.

Evolution stratégique :

Renforcement du réseau de distribution en 1999,
par l'alliance avec Highland Distillers et Jim Beam Brands.

Source : Site internet de Rémy-Cointreau

URL : <http://www.remy-cointreau.com/groupe/index.htm>

2 – Le groupe BARDINET - LA MARTINIQUAISE, numéro « Un » français du rhum

☛ Présentation du groupe

Historique : fondée en 1857, la société Bardinnet se positionne dès le XIX siècle comme leader du marché rhumier français avec le rhum Négrita ; dont l'étiquette serait l'une des plus anciennes étiquettes de rhum, selon Danielle BÉGOT (1996).

Elle est rachetée en 1994 par La Martiniquaise (Porto Cruz, etc.), mais a gardé son identité, ses marques et son réseau de vente.

Siège social : Blanquefort, en Gironde (France).

Activités : le groupe possède une filiale au Havre, spécialisée dans les spiritueux pour marques distributeurs, ainsi que deux distilleries à la Martinique (Dillon et Depaz).

Chiffre d'affaires : de l'ordre de 151 millions d'euros (1 milliard de francs).

☛ Stratégie commerciale

Position commerciale :

Détient de très loin le premier rang français pour la production de rhum.

Occupe la deuxième place pour les brandies, derrière le groupe Rémy-Cointreau.

Distribue par ailleurs plusieurs marques de whisky (Sir Edwards, Bowmore, etc.).

Evolution stratégique :

Essentiellement spécialisée jusqu'ici dans les spiritueux (rhum, brandies, etc.), le groupe se diversifie dans le vin et renforce ses positions dans le brandy, grâce à l'achat en 2000 de deux petites maisons de négoce girondines.

D'après : - Flash-Info, *Les Echos*, 26/07/00

URL : <http://www.abc-pains.fr/quoi-de-neuf/flash-info/echo26-07.html>

- Enquêtes 1999-2002

Le groupe Bardinnet-La Martiniquaise est lui-même détenu par le **groupe COFEPP** (Compagnie financière européenne de prise de participation).

L'implication industrielle et commerciale de la COFEPP dans le secteur sucrier et rhumier se retrouve à la Guadeloupe.

- secteur sucrier : Usine de Gardel, sucrerie SRMG (Marie-Galante)

- secteur rhumier : distillerie de la SIS, distillerie de Bellevue (Marie-Galante).

La COFEPP est également très présente sur la commercialisation du rhum en France, avec les marques Négrita, Dillon et Old Nick.

D'après : COFEPP, 2002.

3 – Le groupe Yves et Bernard HAYOT, un réseau important sur la Martinique et au-delà

Mettre en évidence la puissance économique de Yves et Bernard HAYOT supposerait une étude approfondie des principales sociétés ou entreprises dirigées par eux ou dans lesquelles ils interviennent en tant qu'actionnaires (capital social, nombre de parts, chiffre d'affaires, etc.). A défaut d'avoir pu réunir ces informations, les lignes qui suivent illustrent simplement le réseau tissé par ces deux acteurs-clé martiniquais.

□ **Sociétés dans lesquelles Y. et/ou B. sont actionnaires, au sein des secteurs cannier et rhumier**
(D'après : Enquêtes 1999-2002 ; Open Soft System, 1992)

- ✓ Exploitation du Lareinty
- ✓ Exploitation Lapalun
- ✓ Distillerie du Simon (dirigée par Y. HAYOT)
- ✓ Habitation Clément (dirigée par B. HAYOT)

□ **Principales sociétés dirigées par Bernard HAYOT dans d'autres secteurs**

(D'après : Open Soft System, 1992. L'annuaire du pouvoir - Martinique ; p. 326)

Fourniture d'intrants ou de matériel agricole

- ✓ BAMEX
- ✓ BAMY (Guadeloupe)
- ✓ BAMYRAG (Guyane)
- ✓ BAMYREX (Réunion)

Autres secteurs

- | | |
|---|-------------------------------------|
| ✓ Agence Maritime Martin (France) | ✓ PHOTOCOLOR EXPRESS (Guadeloupe) |
| ✓ Automobiles Réunion (Renault Réunion) | ✓ PONT CAFE |
| ✓ BATIMAT | ✓ SADECO (Euromarché) |
| ✓ Commerciale de l'Acajou (Yves Rocher) | ✓ SAPEB |
| ✓ FEBACO | ✓ SDS EXPORT (France) |
| ✓ FICASA (France) | ✓ SOBAM |
| ✓ FLASH CARAIBE (FOTO FIRST, PHOTO 38) | ✓ Société du Petit Bourg |
| ✓ FREBAM | ✓ Société réunionnaise de bricolage |
| ✓ DESTRELLAN (Euromarché Réunion) | ✓ SODILAG |
| ✓ Holding Bernard Hayot (HBH) | ✓ SOLMAR |
| ✓ INDUSTEL | ✓ SOMABAM |
| ✓ Le Foyer Moderne (Roche & Bobois) | ✓ SOMAREC (Représentant MICHELIN) |
| ✓ Les Sablières de Fond Canonville | ✓ SOPRI (Réunion) |
| ✓ LOCABAM (Saint-Martin) | ✓ SORAG |
| ✓ LOCADIM | ✓ SOREBAM |
| ✓ MARO | ✓ SOREDECO (Euromarché Réunion) |
| ✓ Martinique Automobile | ✓ SORELAIT (Réunion) |
| ✓ Martinique Béton | ✓ SODICAR (Biscuiterie Girard) |
| ✓ PAMAGEL | ✓ TECHNOPONCE |

□ **Principales sociétés dirigées par Yves HAYOT dans d'autres secteurs**

(D'après : Open Soft System, 1992. L'annuaire du pouvoir - Martinique ; p. 327)

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| ✓ A & M INDUSTRIES | ✓ MATERIAUX DU SUD |
| ✓ BATIMENT GUYANAIS | ✓ MICRO FORCE |
| ✓ BRICOLAG | ✓ MICRO TRAITEMENT |
| ✓ CARAIBE GOUTTIERES | ✓ OUTILLAGE SERVICES |
| ✓ COMPUTERLAND (Interface Caraïbe) | ✓ SIAPOC (Peinture) |
| ✓ DATA | ✓ SILAGUA |
| ✓ ELECTROLAG | ✓ SODETRAM |
| ✓ ETSO | ✓ SOFIC |
| ✓ INFO DILLON | ✓ SORESO |
| ✓ JOSEPH COTRELL | ✓ TIMES |
| ✓ LAGUARIGUE | ✓ TROPICANA (CONSTRUMAT) |

4 - BELLONIE & BOURDILLON SUCCESSEUR (BBS), un grand groupe implanté dans les DFA

Présentation du groupe

Historique : créée en 1919, la maison marseillaise Bourdillon devient le groupe Bellonnie Bourdillon & Successeurs (BBS), après association avec la famille Bellonnie à la Martinique.

Statut : S.A au capital de 3 millions d'euros (19,7 millions de francs)

Chiffre d'affaires du groupe : 33,5 millions d'euros (220 millions de francs) en 1998
Masse salariale : 3,8 millions d'euros (25 millions de francs).

Activités : le groupe BBS comprend trois branches d'activités

- le rhum ;
- les cosmétiques (société SODIMA) ;
- la rizerie (Compagnie rizicole des Antilles françaises, la CRAF).

Activité rhumière à la Martinique

Président directeur général : Xavier THIEBLIN

Directeur général : Benoît PILLET

Directeur opérationnel : Jean-Noël BERTÉ

Chiffre d'affaires 2001 : 21,3 millions d'euros (3,2 millions de francs)

Marques de rhums (agricoles) :

- La Mauny (Distillerie La Mauny, à Rivière-Pilote)
- Trois-Rivières et Dusquesne (Distillerie Trois-Rivières, à Sainte-Luce)
- Siège social : Zone industrielle de Génipa, 97 215 Rivière-Salée

Autres produits :

- vinaigre à base de jus de canne (exclusivité mondiale), « Le Vezou », fabriqué par La Mauny
- gamme de punches et cocktails sous la marque « AMAK »'.

Commercialisation des produits rhumiers et dérivés :

Représentation dans une trentaine de pays à travers le monde, notamment en France, par le biais de MARIE BRIZARD pour La Mauny et TRIODIS pour Trois-Rivières.

Activité complémentaire de distribution à la Martinique

Distribution d'un grand nombre de boissons importées, notamment des marques telles que :

- Laurent Perrier, Kronenbourg, Ricard, Clan Campbell, Absolut, Rea, Campari ;
- nombreuses autres marques dans les catégories spiritueux, vins, jus et eaux minérales.

- D'après : - Jean-Noël BERTÉ (La Mauny). « Entre modernité et tradition », *Antilla* n°820, 19/02/99.
- Site Internet du groupe BBS « Rhum de Martinique »
URL : <http://www.rhumdemartinique.com/bbs.asp> [consultation en 2002]
- Enquêtes 1999-2002.

Le groupe BBS est lui-même détenu par le groupe Cartier français, par ailleurs implanté dans le secteur sucrier à la Réunion.

D'après : Open soft system

Annexe 1.12 : Composition de quelques structures de la filière canne

- 1 – CANNE-UNION
- 2 – CTCS
- 3 – SDAORAM
- 4 – CODERUM

1 – CANNE-UNION

D'après :

Canne-Union, 2001a. Statuts. Lamentin, 5 p.

Canne-Union, 2001b. Procès verbal de l'assemblée constitutive du mardi 13 février 2001. Lamentin, 4 p.

COMPOSITION DU BUREAU

- | | |
|--|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> M. Justin CERALINE (Exploitant – prestataire de services) | : Président. |
| <input type="checkbox"/> M. Karl MOLINARD (EAMP – Distillerie Depaz) | : Vice-Président |
| <input type="checkbox"/> M. José LOUISY LOUIS (Exploitant- prestataire de services) | : Vice-Président |
| <input type="checkbox"/> M. Raymond ROSEMAIN (Directeur du CTCS) | : Secrétaire |
| <input type="checkbox"/> M. Eugène MARIE SAINTE (Responsable du Service agricole du CTCS) | : Secrétaire adjoint. |
| <input type="checkbox"/> M. Philippe DUCHAMP (Directeur de l'EAG) | : Trésorier |
| <input type="checkbox"/> M. Henry EUGENE (Planteur-colon, Président de l'Ass. Trinité-Robert) | : Trésorier adjoint |
| <input type="checkbox"/> M. Jean-Michel HAYOT (Directeur de l'Exploitation du Lareinty) | : Assesseur |
| <input type="checkbox"/> M. Serge BENETTEAU DE LA PRAIRIE
(Président de la CUMA de Malgré-Tout) | : Assesseur |

SIEGE SOCIAL : CTCS

REPRESENTATION DES MEMBRES :

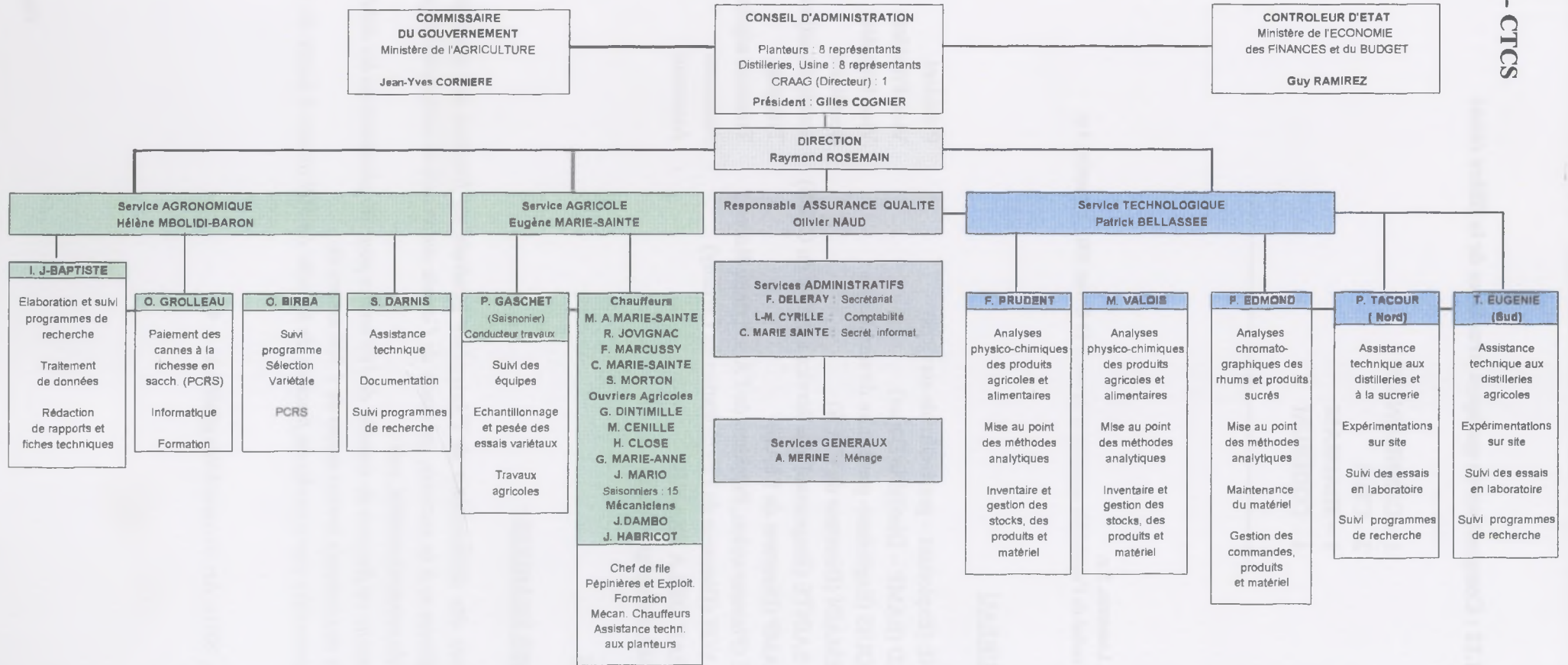
« Le nombre de voix lors des délibérations de l'Assemblée générale est fonction des quantités de cannes livrées, en distilleries et à la sucrerie, au cours de l'année antérieure et comptabilisées par le CTCS selon le principe de proportionnalité, soit :

- ✓ une voix par tranche ou fraction de tranche de 100 tonnes pour les planteurs ou les adhérents des associations de planteurs livrant moins de 1 500 tonnes et,
- ✓ une voix supplémentaire par tranche ou fraction de tranche de 500 tonnes à partir de 1 500 tonnes ».

(Extrait de : Canne-Union, 2001a. Art. 9. Assemblées générales ; p. 4).

ORGANIGRAMME DU CENTRE TECHNIQUE DE LA CANNE ET DU SUCRE - CAMPAGNE 2002 -

2 - CTCS



COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Au titre des représentants des planteurs :

- Justin CERALINE (Planteur-Prestataire)
- Jean-Michel HAYOT (Exploit. du Lareinty)
- Françoise ELISABETH (Exploit. Lapalun)
- Henry EUGENE (Assoc. Pltr de Trinité-Robert)
- Philippe DUCHAMP (Exploitation du Gallon)
- Guy RANLIN (Exploitation Thoraille)

Au titre des représentants de l'usine et des distilleries :

- Gilles POIRIER (Dist. Neisson)
- Gilles COGNIER (Dist. La Maury)
- Patrick HERY (Dist. Dillon)
- Karl MOLINARD (Dist. Depaz)
- J.C. PADERNA (SAEM)
- Jacky PASCAULT (Dist. Simon)

Au titre des représentants du personnel agricole :

- Max BRASSEUR
- Roger LISE

Au titre des représentants du personnel industriel :

- Serge LANDRY (SAEM du Gallon)
- Alain Mensuela (SAEM)

Au titre d'une personnalité particulièrement qualifiée : M. le Directeur du Centre de recherche agronomique des Antilles-Guyane (CRAAG)

COMPOSITION DU CONSEIL SCIENTIFIQUE

Scientifiques

- Louis FAHRASMANE (INRA Guadeloupe)
- Jean-Alfred GUEREDRAT (Conseil régional)
- Aubert PARFAIT (INRA Guadeloupe)
- Jean-Louis ESCUDIER (INRA Montpellier)

Professionnels

- Jean-Claude BENOIT (Dist. Saint-James)
- Jean-Claude PADERNA (SAEM du Gallon)
- Guy RANLIN (Exploitation Thoraille)
- Claudine VERNANT-NEISSON (Dist. Neisson)

☛ Budget du CTCS

✓	<p>Budget 2001-2002</p> <p>Fonctionnement : 1 400 000 € (9,2 millions F) Investissement : 75 000 € (490 000 F)</p>
✓	<p>Charges</p> <p>Personnel : 70 % Achats : 7% Services Extérieurs : 11% Amortissement : 10% autres charges : 2%</p>
✓	<p>Financement</p> <p>Taxes et contributions volontaires (profession) : 11 % Prestations : 44 % Subventions : 45 %</p>
✓	<p>Actions</p> <p>Recherche & Développement. : 64% Prestations de services : 30% Autres : 6%</p>

Source : Service comptabilité du CTCS.

3 – Syndicat de défense de l'Appellation d'origine « Rhum agricole Martinique » (SDAORAM)

Président : Yves CHENES

Secrétaire général : Bernard CAILLEUX

Ingénieur :

- 1) Bruno RIOTTE, de 1992 à 1998
- 2) Marc SASSIER, de 1998 à 2002
- 3) Laurent CROUVIZIER, à partir de 2002.

Adhérents : tous les producteurs de rhum agricole, adhérents du CODERUM, ainsi que tous les producteurs de canne livrant en distillerie agricoles et inscrit comme tels au SDAORAM.

4 – CODERUM : liste des adhérents

Rhum agricole☛ **Distillerie Depaz**

La Montagne, 97 250 Saint-Pierre
Président directeur général : M. Patrick Héry
Directeur : M. Karl MOLINARD

☛ **Distillerie Dillon**

BP 212, 9 route de Chateauboeuf, 97 257 Fort-de-France Cédex
Président directeur général : M. Patrick HERY

☛ **Distillerie du Simon**

Quartier Le Simon, 97 240 Le François
Président directeur général : M. Yves HAYOT
Directeur : M. Jacques PASCAULT

☛ **Distillerie JM – Héritiers Crassous de Médeuil**

Habitation Bellevue, 97 218 Basse-Pointe
Gérant : M. Hubert DUCHAMP
Collaborateur : M. Emmanuel BECHEAU

☛ **Distillerie La Favorite – Ets Dormoy**

BP 459, 97 200 Fort-de-France
Directeur : M. Paul DORMOY

☛ **Distillerie La Mauny**

97 211 Rivière-Pilote
Responsables du groupe BBS : voir annexe 1.11
Directeurs (distillerie et exploitation) : MM. Gilles COGNY et Gilles COGNIER

☛ **Distillerie Neisson**

Thieubert, 97 221 Le Carbet
Directeur : Mme Claudine NEISSON-VERNANT

☛ **Distillerie des Rhums Saint-James**

BP 37, 97 230 Sainte-Marie
Directeur : M. Jean-Claude BENOIT

☛ **Distillerie Trois-Rivières**

97 228 Sainte-Luce
Responsables du groupe BBS : voir annexe 1.11
Directeurs (distillerie et exploitation) : MM. Gilles COGNY et Gilles COGNIER

4 – CODERUM : liste des adhérents en 2002

Rhum agricole

- ☛ **Distillerie Depaz**
La Montagne, 97 250 Saint-Pierre
Président directeur général : M. Patrick Héry
Directeur : M. Karl MOLINARD
- ☛ **Distillerie Dillon**
BP 212, 9 route de Chateauboeuf, 97 257 Fort-de-France Cédex
Président directeur général : M. Patrick HERY
- ☛ **Distillerie du Simon**
Quartier Le Simon, 97 240 Le François
Président directeur général : M. Yves HAYOT
Directeur : M. Jacques PASCAULT
- ☛ **Distillerie JM – Héritiers Crassous de Médeuil**
Habitation Bellevue, 97 218 Basse-Pointe
Gérant : M. Hubert DUCHAMP
Collaborateur : M. Emmanuel BECHEAU
- ☛ **Distillerie La Favorite – Ets Dormoy**
BP 459, 97 200 Fort-de-France
Directeur : M. Paul DORMOY
- ☛ **Distillerie La Mauny**
97 211 Rivière-Pilote
Responsables du groupe BBS : voir annexe 1.11
Directeurs (distillerie et exploitation) : MM. Gilles COGNY et Gilles COGNIER
- ☛ **Distillerie Neisson**
Thieubert, 97 221 Le Carbet
Directeur : Mme Claudine NEISSON-VERNANT
- ☛ **Distillerie des Rhums Saint-James**
BP 37, 97 230 Sainte-Marie
Directeur : M. Jean-Claude BENOIT
- ☛ **Distillerie Trois-Rivières**
97 228 Sainte-Luce
Responsables du groupe BBS : voir annexe 1.11
Directeurs (distillerie et exploitation) : MM. Gilles COGNY et Gilles COGNIER

☛ **Héritiers Clément**

Domaine de l'Acajou, 97 240 Le François
Président directeur général : M. Eric de LUCY
Directeur : M. Sébastien ALLINGRY

☛ **Rhum Saint-Etienne – SONOFA**

Ets Saint-Etienne, 97 213 Gros morne
Directeur : M. José HAYOT

Rhum de sucrerie

☛ **SAEM du Galion**

Usine du Galion, 97 220 Trinité
Président : M. Guy RENARD
Directeur : M. Jean-Claude PADERNA

D'après : - Enquête au CODERUM, 2002.

- Site Internet Rhum2000

URL : http://www.rhum2000.com/les_distilleries.htm

Annexe 2.1 : Synthèse sur l'évolution variétale de la canne à la Martinique

Période	Faits marquants de l'histoire de la canne Evolution de la culture	Evolution : Adaptation / la société	Repères économiques *
?	⇒ Complexe ancestral : Nouvelle Guinée.		
6000 ans avant Jésus-Christ	⇒ Signalisation de l'existence de la canne à sucre en Asie.	"Canne Indienne"	
300 avant notre ère	⇒ Utilisation pour l'alimentation humaine, en Inde.	<i>Saccharum robustum</i>	
Jusqu'en 700 avant J.C.	⇒ Développement de la canne à sucre dans toute l'Asie.	"Canne Noble" du Pacifique sud	
Au début de l'ère chrétienne	⇒ Diffusion à travers le monde, au gré des migrations et des aventures commerciales.	<i>S. officinarum</i>	
1493	⇒ Introduction de la canne dans les Caraïbes.	"Canne Créole" Hybride naturel de <i>S. officinarum</i> et <i>S. robustum</i> .	1492 : arrivée de Christophe Colomb en Martinique
1500-1600	⇒ Développement de culture de la canne à sucre dans le « nouveau monde ».	Immobilisme technologique : Pas de changements variétaux	Evolution du tonnage de sucre :
1648-1789	⇒ Début de la culture de la canne en Martinique et développement de l'industrie du sucre. La France devient le plus grand exportateur de sucre, grâce aux Antilles.	Dominance du cultivar "Canne Créole"	1682 : 18 000 ts 1732 : 30 000 ts
XVII-XVIII ^e siècle	⇒ Lutte entre canne et betterave. Régression de l'industrie sucrière. Implantation d'Habitations-sucreries.		1778 : 286 sucreries et 12 000 esclaves
Début du XIX ^e siècle	⇒ Introduction d'autres cultivars naturels.	– Canne Bourbon – Cristalline – Tanna – Chéribon	
1848	⇒ Abolition de l'esclavage. Début de réorganisation sociale.		
Fin du XIX ^e s. (A partir 1888)	⇒ Création des hybrides modernes (cultivars artificiels).	– B 197, B 156, B 208, B 60.32	495 000 tc 33-40 000 ts
Début du XX ^e siècle	⇒ Développement de certains hybrides de Barbade.	– BH 10.12	
Vers 1930	⇒ Introduction d'une profusion de variétés hybrides en Martinique.	– Clones de Java (telle POJ 28.78) – Hybrides d'Afrique du Sud, d'Inde.	68 400 ts (en 1939)

* ts : tonnes de sucre – tc : tonnes de canne – HAP : hectolitres d'alcool pur (Rhum agricole et rhum industriel).

Période	Faits marquants de l'histoire de la canne – Evolution de la culture	Evolution variétale : Adaptation / société	Repères économiques
Après la 2 ^{ème} guerre mondiale	⇒ Poursuite des introductions variétales, non contrôlées.	– Clones de Maurice, de Porto-Rico. – B 34.104.	
1946	⇒ Départementalisation – Augmentation de la pression socio-économique – Fermetures d'usines.	Extension de la BH 10.12 (Canne Corossol)	11.000 TS
Vers 1950	⇒ Prédominance de certaines variétés	et de la " Pen épi lèt ".	37 000 ts <i>Nouvelle période de croissance.</i>
1952	⇒ Création du CTCS.	Mise en place d'essais variétaux méthodiques Sélection variétale :	70 500 ts 14 000 ha
1960	⇒ Début de la mécanisation.	↳ Plus de productivité agro-industrielle	
1963-1968	⇒ Double action du CTCS : – Mise en place du Paiement des Cannes à la Richesse Saccharine – Développement de la méthode « Louisiane » et Mécanisation de la récolte (Récolteuse-andaineuses et Remorques Auto-Chargeuses).	↳ Variétés adaptées aux nouvelles conditions de culture ↳ Elimination des clones non adaptés	<i>Fin période de croissance</i>
1970-1980	⇒ Poursuite du développement de la mécanisation de la récolte – Extension de la coupe en grande longueur (à la toise). – Récolteuse-tronçonneuse.	Régression B 51.129 (dite canne Vanille). Passage de la B 46.364 (Canne Noire) à la B 59.92 , dite Canne Roseau .	350 000 tc 14 000 ts 100 000 HAP
1982	⇒ Crise de la canne : Fermeture de la sucrerie du Lareinty, avant-dernière de l'île.	Régression des surfaces : Disparition d'anciennes variétés au profit de la Canne Roseau.	200 000 tc 2 000 ts 100 000 HAP
1982-1988	⇒ Période transitoire : Perte de confiance en la culture – Désaffection des producteurs.	Nouvelle phase de diversification variétale, avec notamment la R 570 , dite Canne Paille .	Moyenne 1985-1986 : 8 500 ts
1988-1996	⇒ Relance relative de la production cannière & Amélioration des récolteuses.	Accentuation de la diversification, avec surtout la B 80.08 , dite Canne Zikak et d'autres clones	3 000 –3 400 ha 200 000 tc 6 à 7 000 ts 65 000 HAP de rhum agricole
1996-2000	⇒ Explosion de la récolte mécanique. Nouveaux enjeux pour la filière avec l'AOC « Martinique » et l'accroissement de la productivité de l'usine du Galion.		
2001...	⇒ Vers une stabilisation de la filière ?	Premiers essais délocalisés chez les planteurs avec la B 82 0333 , dite Canne Cannelle	

D'après : BARON, MARIE-SAINTE, 2000

Faisant le lien avec le tableau de synthèse présenté dans les pages précédentes, la réflexion menée sur l'histoire variétale de la canne à la Martinique par BARON et MARIE-SAINTE (2000 ; pp. 67-72) permet de cerner différents facteurs d'évolution.

• *Influence de la pression de l'environnement*

Les bactérioses, viroses et maladies cryptogamiques ont décimé nombre de variétés introduites sans précaution phytosanitaire. La redoutable maladie du Charbon a eu des répercussions dans toute la Caraïbe. A la Martinique, cette maladie a particulièrement sévi dans les années 1970, où a dû être stoppée la diffusion de la variété HJ, particulièrement sensible, par arrêté préfectoral. Depuis, cette maladie est contrôlée à la Martinique par une sélection particulièrement stricte, freinant la diffusion de toute variété présentant des signes de sensibilité au charbon. La pression phytosanitaire ne cesse de croître, comme en témoigne le diagnostic, fin 1997, du syndrome de la feuille jaune (Yellow Leaf Syndrome ou YLS) dans notre région, après sa découverte aux Etats-Unis en 1994.

Parallèlement, l'action des ravageurs de toute sorte (borers, rats et prélèvements humains) est particulièrement forte sur des variétés présentant un faible taux de fibre et une qualité de cellules fibreuses favorisant la prédation. Cette pression a conduit à l'élimination, pour la culture à vocation industrielle, de nombreuses variétés dites de « cannes créoles », présentant une trop forte appétence, car très tendres. Les incidences économiques de l'action des ravageurs peuvent se traduire par la perte de 20% à plus de 50% de la récolte. Les rats restent à ce jour les principaux ennemis de la canne à la Martinique, sachant que les infestations de borers ont été contrôlées par la mise en place d'une lutte biologique à partir des années soixante-dix.

La prédation humaine a constitué un facteur notable de régression de nombre de variétés. Cette pression apparaît de moins en moins forte dans une société où la relation de la population à la canne tend à s'amoinrir, compte tenu de l'urbanisation croissante. On observe toutefois que l'intensité des prélèvements varie en fonction des zones géographiques (zone plus ou moins rurale, zone passante, proximité de terrains de football,...). De tout temps, la stratégie des producteurs pour tendre à juguler cette pression a consisté en la plantation de variétés très fibreuses, et donc dissuasives, en bordure de champ. Les variétés qui présentaient de meilleures aptitudes pour la consommation de bouche étaient mises, à l'inverse, au centre des parcelles ou plantées sur des parcelles plus difficiles d'accès. Les vols de canne sont par ailleurs limités de nos jours par la diffusion de variétés fibreuses, peu aptes à la consommation directe. Ce type de variétés est de surcroît moins attaqué par les autres ravageurs que sont les borers et les rats. A noter par ailleurs qu'une approche plus détaillée sur le comportement des rats dans les champs de canne révèle que, outre le taux de fibre ou la nature des cellules fibreuses, le port des cannes influe également fortement dans leur sensibilité aux attaques de rats. En effet, les variétés caractérisées par un port érigé présentent une meilleure résistance aux attaques de rats que celles dotées d'un port en panier, oblique, voire rampant.

Avec l'évolution socio-économique et la nécessité d'intensification de la culture cannière, la lutte contre les adventices des champs de canne est passé de l'entretien totalement manuel (extirpation d'herbes) à un développement de la lutte mécanisée (sarclage mécanique) et de la lutte chimique (épandage d'herbicides). De fait, une nouvelle exigence est apparue dans les critères de sélection variétale, à savoir la résistance aux herbicides. Nombre de variétés s'étant révélées comme trop sensibles ont dû être éliminées ou ont vu leur zone de culture restreinte à de petites ou moyennes

exploitations, aptes à leur prodiguer les soins requis. *A contrario*, la tendance observée au cours de ces dernières décennies, surtout sur les grandes exploitations industrielles, se traduit par l'extension de variétés rustiques en terme de résistances aux herbicides, de même qu'aux maladies. De telles variétés, de par leur facilité d'entretien, favorisent une certaine mécanisation des opérations culturales et permettent ainsi de réduire le coût de production. Il en va ainsi de la Canne Roseau, dont les caractéristiques agronomiques, en terme de résistance aux conditions environnementales et donc de longévité culturale, sont jusqu'à ce jour difficiles à concurrencer par les nouveaux hybrides diffusés.

La pression du climat se fait particulièrement sentir en période de sécheresse, pour une culture pluviale de la canne, sachant que l'utilisation de l'irrigation est restée jusqu'alors au niveau expérimental en Martinique. Ainsi, dans le sud de l'île, des variétés de canne, caractérisées par une répartition restreinte, ont disparu lors de fortes périodes de sécheresse.

☛ *Influence de la pression socio-économique : adaptation à l'itinéraire technique*

Les difficultés de l'économie sucrière n'ont cessé de croître depuis la départementalisation, allant de pair avec l'exode rural et la désertification des campagnes, en relation avec l'augmentation du coût du personnel. Du fait de cette pression socio-économique, accroître la productivité de la culture par le développement de la mécanisation est devenue une nécessité vitale. Ceci se répercute sur les modes de transport de la canne et sur l'organisation du travail pour la récolte. Parallèlement, les critères variétaux ont évolué.

Pour la coupe à la pile, les variétés rampantes et sujettes à la verse étaient relativement appréciées des coupeurs, leur permettant de réaliser plusieurs coupes sur une tige. Par contre, les variétés présentant une trop forte section augmentaient la difficulté de manipulation lors du transport et du chargement (utilisation des mulets, puis transport par wagon). Ce fut notamment, aux dires des anciens, le cas de la Bicana. Le passage de la coupe à la pile à la coupe en grande longueur, payée à la toise et non plus au poids, a constitué un grand changement, auquel il a fallu s'adapter dans l'organisation du travail. Au niveau variétal, ce mode de coupe exigeait des cannes droites, bien érigés, avec de préférence un épillage facile ou naturel. Parallèlement, les femmes auxquelles était dévolu le rôle d'amarreuse pour les piles de canne (consistant à attacher les paquets), ont peu à peu déserté les champs.

– **Le passage à la récolte semi-mécanique**, impliquant une coupe manuelle à la toise et un chargement mécanisé, a engendré d'emblée de nouvelles exigences quant à diverses caractéristiques botaniques : d'une part, le port érigé, corollaire d'un taux de fibre plus élevé que celui des cannes dites créoles ; d'autre part, une certaine qualité de fibre, favorisant la coupe mécanique. Certaines variétés présentaient en effet la particularité de se casser en segment lors de la coupe, rendant celle-ci inopérante ; enfin, des tiges droites, pour favoriser le ramassage des andains (pour la récolteuse-andaineuse ou pour le chargeur à griffes, dans le cas de la récolte semi-mécanique). Au contraire, les cannes sinueuses présentent des handicaps pour la coupe semi-mécanique. De surcroît, elles sont sujettes à la verse et à l'enracinement, ce qui nuit d'autant à leur richesse, en favorisant un redémarrage en végétation.

– Outre ces critères, **la récolteuse-tronçonneuse-chargeuse** a induit la nécessité d'avoir des cannes à croissance homogène. Cette exigence favorise en effet le travail de l'écimeur, visant à l'élimination des "bouts blancs" ou extrémités feuillues. Ces bouts blancs nuisent en effet à la fabrication du sucre,

en augmentant le taux de non pol, qui inhibe la cristallisation du saccharose en fin de process et qui gêne l'épuisement des mélasses.

– **La nécessité du brûlage** s'est faite ressentir aux débuts de la mécanisation de la récolte, à partir des années 1965. L'influence du brûlage s'est traduite surtout à cette époque par des exigences variétales quant à deux facteurs : le rejetonnage après brûlage et le port après brûlage des tiges. Certaines variétés avaient en effet tendance à s'affaïsser après le brûlage, rendant difficile le passage de la récolteuse-andaineuse. Rappelons que les tiges et les feuilles de canne, comme des autres graminées, contiennent dans leurs cellules des cristaux siliceux qui aident au port, en rigidifiant la plante. Ainsi, rappelons que le cap décisif de la mécanisation de la récolte de la canne à sucre en Martinique a véritablement été franchi grâce à la Canne Roseau. Cette variété, d'une part gardait un port érigé après brûlage, et d'autre part, présentait d'excellentes aptitudes au rejetonnage après la récolte en cannes brûlées.

De nos jours, grâce aux nouvelles générations de machines à couper la canne, équipées d'un double système de souffleries performantes, la récolte mécanique de la canne en paille (sans brûlage) est techniquement réalisable. Ainsi, le fait de brûler ou pas actuellement une parcelle destinée à être coupée par la récolteuse dépend d'une multitude de facteurs, au-delà de la variété elle-même : Cette opération se gère selon la stratégie du planteur, les conditions pluviométriques, les caractéristiques agronomiques de la parcelle, la présence de roches, la capacité de broyage de l'unité industrielle, etc. Toutefois, la variété de canne plantée est également un facteur de prise de décision quant au fait de brûler ou pas, quand l'alternative est possible en culture mécanisée, selon surtout la masse de feuilles sèches adhérentes aux tiges, fonction de l'aptitude à la défoliation naturelle.

☛ *Pression exercée par les transformateurs*

Les variétés ayant survécu à l'évolution de l'itinéraire technique ont dû aussi satisfaire aux exigences croissantes des transformateurs, auxquelles les planteurs devaient se conformer. La pression des sucreries centrales s'est traduite par l'exigence d'un certain taux de fibre de la canne, faute de quoi pouvaient se poser des problèmes d'alimentation en bagasse des chaudières. Certaines variétés ont été abandonnées de la sorte, car elles présentaient une teneur insuffisante en fibre (< 13-14%). L'inverse s'est également manifesté, et se manifeste jusqu'à nos jours, concernant les variétés jugées trop fibreuses (exemple de la B 46.364). Une telle caractéristique pose des difficultés d'extraction du saccharose et se traduit par des pertes dans la bagasse.

Cependant, il convient de noter que la comparaison entre les taux de fibre moyens des cannes récoltées ces dernières années dans les départements d'outre-mer révèle que les cannes livrées en sucrerie en Martinique sont moins fibreuses que celles livrées à la Réunion et à la Guadeloupe. A ce niveau, des différences de formule ont induit en erreur certains observateurs. Le CTCS s'est donc aligné depuis 1995 sur les formules utilisées à la Réunion, pour la diffusion extérieure des résultats, en terme de richesse et de taux de fibre, afin de favoriser les comparaisons entre régions productrices. Toutefois, les formules servant au calcul du Coefficient de Paiement (CP) restent spécifiques à chaque région.

Depuis 1963, le Paiement de la canne à la richesse en saccharose (PCRS) a été instauré au niveau des sucreries martiniquaises. De fait, la rentabilité économique de la culture ne reposait plus alors uniquement sur son rendement agricole, mais aussi sur son rendement industriel. Les consciences ont

dû évoluer vers le concept de "productivité agro-industrielle" de la culture, impliquant par là des variétés plus riches et donc plus rentables pour tous. Au niveau des distilleries agricoles, un tel concept n'a commencé à se développer qu'en 1995, en prélude à l'avènement de l'AOC « Rhum Agricole Martinique ». Le paiement en distillerie se fait désormais à la qualité, à savoir en fonction de la teneur en matière sèche des livraisons (selon l'indice réfractométrique mesuré sur les jus, i.e. le Brix).

• Influence de l'évolution du tissu économique

Certaines variétés, cultivées exclusivement dans le bassin d'approvisionnement d'une sucrerie, peuvent être amenées à disparaître avec la fermeture de l'unité sucrière, dans la mesure où une telle fermeture entraîne quasi systématiquement la disparition des parcelles de la zone qui servaient à son approvisionnement.

Ainsi s'est-on progressivement orienté vers des variétés toujours plus fibreuses, de diamètre généralement plus fin, avec une croissance régulière, alliée d'un fort tallage. Ce dernier tend à compenser la diminution de diamètre observé au fil de cette évolution variétale, de sorte que les hybrides d'aujourd'hui ne présentent pas une moindre productivité agricole comparativement aux cannes de fort diamètre autrefois cultivées, bien au contraire.

Il existe une grande cohérence économique entre la mise en valeur des Antilles, devenues des « îles à sucre », et la culture de la canne à sucre, depuis la période esclavagiste jusqu'à nos jours. Cette note montre que cette cohérence se retrouve sur le plan agronomique, dans les types variétaux retenus au fil de l'histoire martiniquaise, en s'adaptant aux nouvelles données socio-économiques et techniques.

Caractéristiques des principales variétés de canne cultivées à la Martinique en 2001-2002

Variété	Description botanique simplifiée	Principales caractéristiques agronomiques	Performances agro- technologiq.	Evolution et perspectives
B 80.08 Canne Zikak	Entre-nœuds roses, recouverts de cire blanche, devenant violacés au soleil. Gaine glabre, vert-clair. Tiges assez fine. Gaine peu adhérente.	Levée hâtive, surtout en cannes plantées. Croissance homogène, tallage satisfaisant, qui compense variabilité du diamètre des tiges. Bien adaptée à la récolte mécanisée. Résistante aux principales maladies et aux conditions de culture.	Bon rendement agricole, richesse en saccharose élevée, taux de fibre moyen	Diffusée dans les années quatre-vingt-dix. Variété en plein expansion, bien adoptée par les planteurs et les transformateurs.
B 69.566 Canne Bleue	Entre-nœuds de couleur vert-brun, avec une évolution vers le rosé, recouverts d'une cire abondante. Fente de croissance à maturité. Gaine bleutée, glabre et peu adhérente.	Bonne levée, tallage modéré, croissance rapide et régulière. Tige droite, épauillage naturel. Très bien adaptée à la récolte mécanisée, particulièrement en cannes non brûlées. Résistante à la rouille et au charbon, modérément sensible à l'échaudure.	Bon rendement agricole, faible teneur en fibre et très bonne pureté.	Développée dans les années 1980 dans le Nord. Etendue dans les années 1990 dans le Centre et le Sud avec prudence, en raison du suivi pour l'échaudure des feuilles. En augmentation fulgurante.
R 570 Canne Paille	Tige verdâtre, prenant une tente jaune, très légèrement rosée à maturité. Cire abondante, tavelures. Entre-nœuds très longs, de diamètre moyen. Gaine foliaire très adhérente, peu pubescente.	Excellente croissance, tallage abondant. Large adaptation aux types de sol, mais à éviter dans les bas-fonds trop hydromorphes : risques de verses accrues. Sensibles aux herbicides, présence stries chlorotiques. Récolte mécanisée pouvant être gênée (paille abondante et adhérente, fibre difficile à sectionner, tendance à la verse).	Donne en général d'excellents tonnages et une bonne richesse. Basse teneur en fibre et pureté importante. Mais sujette à la sur-maturation	Diffusée en 1989, a connu un bel essor dans les années 1990. En diminution (réserve de certaines distilleries à la fin des années quatre-vingt-dix pour des problèmes de broyage et, côté planteurs, pour la difficulté de coupe en vert et sa longévité assez faible ~5 ans)
B 64.277 Canne Rouge	Entre-nœuds de couleur rouge foncé, tendant vers le violet. Présence de cire peu marquée. Tiges assez grosses. Feuilles très pubescentes et adhérentes.	Sensible à la sécheresse, à l'hydromorphie, au tassement du sol et aux herbicides. Demande des conditions de culture très soignées. Tallage et croissance excellents dans ce cas. Résistante par contre aux maladies endémiques, sauf échaudure.	Une des variétés les plus productives en tonnes de sucre/ha	Réduction inéluctable (risque agronomique important, difficulté de coupe).
B 59.92 Canne Roseau	Tige de couleur jaune-verdâtre, recouverte d'une épaisse couche de cire blanchâtre, devenant gris-noir. Tige jaune à maturité, avec tavelures orangées. Gaine assez adhérentes, très pubescentes, mais poils peu piquants.	Bien adaptée aux sols du Centre et Sud. Levée régulière, tallage important, croissance vigoureuse et homogène. Variété rustique, grande longévité. Port érigé, bonne tenue en rejeton, même après brûlage. Tolérante au charbon et résistante à la rouille.	Très bons rendements agricoles. Brix élevé, richesse moyenne à forte, selon climat. Pureté moyenne, taux de fibre assez élevé.	Diffusée en 1972. Variété toujours dominante en 2002, bien qu'en diminution. Très appréciée des distillateurs et des planteurs, excepté dans l'extrême Nord (Carbet, Saint-Pierre, Macouba, Basse-Pointe).

D'après : MBOLIDI-BARON *et al.*, 2000. Guide variétal ; Enquêtes 1999-2002.

Annexe 2.3 : Adventices et caractéristiques des traitements herbicides en canne

Inventaires des adventices des cannaies à la Martinique¹

☛ Les monocotylédones

Familles	Genres et espèces	Noms vernaculaires		Degré de dangerosité ²
		Créole martiniquais	Français	
Cypéracées	<i>Torulinium odoratum</i> (L.) Hopp. Syn. <i>Cyperus ferax</i> L. C. Rich.	Gran kokjo chat, Zèb lakrwa	Grand coco chat, Herbe Lacroix	+
	<i>Cyperus rotundus</i> L.	Koko chat, Ti koko	Coco chat, Petit coco, Petit vincent	+
Graminées	<i>Brachiaria purpurascens</i> (Raddi) Henr.	Para, Zèb para	Para, Herbe Para, Herbe de Para	++++
(Poacées)	<i>Cenchrus echinatus</i> L.	Zèb kolan, Zèb pikan	Herbe collante, Herbe piquante	+
	<i>Chloris inflata</i> Link, <i>Chloris barbata</i> Auct.	Ti pyé poul, Zèb bab	Petit pied poule, Herbe à barbe	+
	<i>Cynodon dactylon</i> L.	Chyendan, Ti chyendan	Chiendent	+
	<i>Echinochloa colona</i> (L.) Link Syn. <i>Echinochloa colonum</i>	(Ti) Zèb diri	(Petite) Herbe à riz	+
	<i>Eleusine indica</i> (L.) Gaernt.	Pyé poul	Pied poule	+
	<i>Panicum maximum</i> Jacq.	Zèb Djinen	Herbe de Guinée	++++
	<i>Paspalum conjugatum</i> Berg.	Zèb gazon	Herbe à gazon	+
	<i>Paspalum paniculatum</i> L.	Zèb chouval	Herbe à cheval	+
	<i>Paspalum virgatum</i> L.	Zèb kouto	Herbe rude, Herbe couteau	+++
	<i>Rottboellia exaltata</i> L. f. ou <i>Rottboellia cochinchinensis</i> (Lour.) Clayton	Zèb diri, Zèb kann	Herbe à riz, Herbe à canne	++++
	<i>Setaria barbata</i> (Lam.) Kunth	Zèb kannòt	Herbe pirogue, Herbe bambou	+
	<i>Sporobolus indicus</i> (L.) R. Br.	Kabouya, Zèb kabouya	Cabouya, Herbe à cabouya	+

¹ D'après : - Identification de terrain depuis 1994 (CTCS, 1994. Le manuel du planteur de canne à sucre ; p. 45)
- Suivi par le CTCS et travaux de stagiaires : Jacques LOUISOR (1997) et Raphaël LARCHER (2000).
- Identification botanique à partir de la flore botanique de Jacques FOURNET (1978).

² Selon la difficulté d'éradication des adventices et la fréquence d'infestation des cannaies.

Les dicotylédones

Familles	Genres et espèces	Noms vernaculaires		Degré de dangerosité
		Créole martiniquais	Français	
Amaranthacées	<i>Amaranthus spinosus</i> L.	Zépina rouj, Zépina kochon	Epinaud rouge, Epinaud cochon	+
Astéracées	<i>Mikania micrantha</i> HBK.	Lokatè	Locataire	+++
Caesalpiniacées	<i>Senna occidentalis</i> (L.) Link	Kafé zèb pyant	Herbe puante, Petit café	+
Capparidacées (Cléomcées)	<i>Cleome viscosa</i> L.	Kaya jonn, Mouzanmbé jonn	Acaya jaune, Mouzanmbé jaune	+
Commélinacées	<i>Commelina diffusa</i> Burn.	Zèb gra, Kiraj	Herbe grasse, Curage	+
	<i>Commelina elegans</i> HBK. (Rq : espèce voisine à <i>C. diffusa</i>)	Zèb gra, Kiraj	Herbe grasse, Curage	+
Convolvulacées	<i>Ipomea setifera</i> Poir. Syn. <i>Ipomea rubra</i> (Vahl) Millsp.	Manjé lapen, Koudrèl	Manger lapin, Liane coudrelle	+++
	<i>Ipomea tilicea</i> (Wild.) Choisy	Lyann dou, Patat maron	Liane douce, Patate marron	+++
Cucurbitacées	<i>Momordica charantia</i> L.	Manjé kouli, Paroka	Paroka	++++
Euphorbiacées	<i>Euphorbia heterophylla</i> L.	Brenviyé	Brinvillé - Malnommée	+
	<i>Phyllanthus amarus</i> Schum. & Thonn.	Grenn anba fèy blan	"Graines en-bas feuilles blanc"	+
	<i>Phyllanthus debilis</i> Klein ex Willd. (Rq : espèce voisine à <i>P. amarus</i>)	Grenn anba fèy blan	"Graines en-bas feuilles blanc"	+
	<i>Phyllanthus urinaria</i> L.	Grenn anba fèy rouj	"Graines en-bas feuilles rouge"	+
	<i>Ricinus communis</i> L.	Karapat	Ricin	+
Fabacées	<i>Centrosema virginianum</i> (L.) Benth.	Pwa-pwa, Pwa maron savann	Pois-pois, Pois marron savane	++
	<i>Centrosema pubescens</i> Benth.	Pwa bata, Pwa razyé	Pois bâtard, Pois hallier	++
	<i>Macroptilium lathyroides</i> (L.) Urb.	Pwa pwazon, Pwa zombi, Pwa rouj	Pois poison, Pois zombi Pois rouge	++
	<i>Mucuna pruniens</i> (L.) DC	Pwa graté	Pois à gratter, Pois gratter	+++++
Logoniacées	<i>Spigelia anthelmia</i> L.	Zèb pwazon, Brenvilyé	Herbe à poison, Brinvillier	+

Caractéristiques des traitements herbicides en canne

Type de traitement	Stade des adventices	Période de traitement	Objectifs et observations
TRAITEMENT DE PRE- EMERGENCE DE LA CANNE SUR CANNES PLANTEES	Pré-levée ou post-levée précoce des adventices	Dans les 10 jours suivant le recouvrement des boutures (plantation) Variation suivant les conditions climatiques	<u>Objectif</u> : assurer une levée optimale de la canne en retardant la pousse des adventices, grâce à une pellicule de produit anti-germinatif à la surface et dans les premiers centimètres du sol. Quand les conditions le permettent, attendre le plus tard possible, juste avant la sortie des plants ou juste après l'apparition des premières tiges. Utilisation de produits à forte rémanence (effet sur plusieurs semaines).
PHASE INTERMEDIAIRE SANS TRAITEMENT	Sortie progressive des adventices	Croissance de la canne , alors très sensible aux herbicides	<u>Objectif</u> : fournir des conditions de croissance optimales à la canne, en attendant un stade qui lui permette de résister à un autre traitement.
TRAITEMENT DE POST- EMERGENCE DE LA CANNE SUR CANNES PLANTEES ET SUR REJETONS	<u>1^{er} passage</u> Pré-levée ou post-levée des adventices Couverture du sol pas encore assurée : prolifération rapide des adventices	1 mois ½ à 2 mois généralement après le recouvrement des plants ou la coupe. Variation suivant les conditions climatiques Cannes au stade <u>6-7 feuilles minimum.</u>	<u>Objectif</u> : freiner la concurrence des adventices vis-à-vis de la canne, encore très sensible, et lui permettre de résister à une nouvelle repousse des mauvaises herbes. Utilisation de produits suffisamment sélectifs ou peu phytotoxiques pour la canne, avec une bonne rémanence.
	<u>2^{ème} passage</u> Post-levée des adventices	4 à 5 mois après le recouvrement ou la coupe Variation suivant les conditions climatiques.	<u>Objectif</u> : éradication des adventices avant le recouvrement total du sol par la canne. Canne plus robuste et plus tolérante aux herbicides : rémanence moins importante.

Source : CTCS, 1994. Le manuel du planteur de canne à sucre, p. 56.

Annexe 2.4 : Principales maladies de la canne à la Martinique

Type d'agent	Gravité	MALADIES (et agent causal)	SYMPTOMES BOTANIQUES	CONSEQUENCES AGRO-TECHNOLOGIQUES en cas de forte infestation	TRANSMISSION DE L'AGENT PATHOGENE	MOYENS DE LUTTE
CHAMPIGNONS	+++	CHARBON <i>Ustilago scitaminea</i>	<ul style="list-style-type: none"> Fouet sommital noir, libérant des spores. Aspect rabougri et herbacé des tiges infectées : Tiges longues et fines. 	<ul style="list-style-type: none"> Diminution du nombre de tiges usinables. Chute rendement en repousses 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures infectées Vent (Temps sec) Sol 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures saines Variétés résistantes
	+	ROUILLE <i>Puccinia melanocephala</i>	<ul style="list-style-type: none"> Apparition de lésions sur les feuilles ayant l'aspect de petites taches oranges, pouvant occuper toute la surface du limbe. 	<ul style="list-style-type: none"> Retard de végétation. Baisse de production chez clone sensible. 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures Forte humidité Vent 	<ul style="list-style-type: none"> Variétés résistantes
	+	POKKAH BOENG <i>Fusarium moniliforme</i> ou <i>F. subglutinans</i> : formes conidiennes	<ul style="list-style-type: none"> Sur cannes de 6 à 8 mois : apparition de zones chlorotiques blanches à la base des feuilles. Sur cannes plus âgées : distorsion et déformation des jeunes feuilles. 	<ul style="list-style-type: none"> Impact économique peu important, excepté sur variétés sensibles. 	<ul style="list-style-type: none"> Eau Vent 	<ul style="list-style-type: none"> Variétés résistantes
	+	MORVE ROUGE <i>Glomerella tucumanensis</i>	<ul style="list-style-type: none"> Lésions rouges allongées sur la nervure centrale. Coloration rouge du tissu des entre-nœuds de tige observée en coupe longitudinale. 	<ul style="list-style-type: none"> Perte en saccharose. Mauvaise germination. 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures infectées Eau Vent 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures saines Variétés résistantes Brûlage avant récolte
	0	RING SPOT Différents champignons, dont <i>Leptosphaeria sacchari</i>	<ul style="list-style-type: none"> Lésions abondantes formant des tâches vert foncé ou marron, ovales, avec une étroite bordure jaune sur le limbe des feuilles âgées. Bordure devenant irrégulière avec l'accroissement des lésions, formant de larges plages rougeâtres. 	<ul style="list-style-type: none"> Pas d'importance économique. 	<ul style="list-style-type: none"> Vent Eau 	<ul style="list-style-type: none"> Pas de lutte nécessaire
BACTERIES	+++	ECHAUDURE DES FEUILLES <i>Xanthomonas albilineans</i>	<ul style="list-style-type: none"> Fines lignes sur feuilles et blanchiment du feuillage (sur jeunes cannes de moins de 6 mois). Départ de demoiselles et dessèchement du feuillage (cannes proches de la maturité). 	<ul style="list-style-type: none"> Diminution des tiges usinables. Risque de perte du champ. 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures infectées. Outils de coupe Vent 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures saines Variétés résistantes Désinfection des outils de coupe
	++	MALADIE DU RABOUGRISSEMENT DES REPOUSSES OU RATOON STUNTING DISEASE (RSD) <i>Clavibacter xyli</i>	<ul style="list-style-type: none"> Rabougrissement des tiges en taille et en diamètre. Amplification par stress hydrique et/ou nutritionnel, ainsi que par un nombre croissant de repousses. Symptômes absents lorsque les conditions de culture sont satisfaisantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Diminution du rendement agricole, pouvant s'aggraver au fil des repousses. Richesse en sucre non affectée. 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures infectées Outils de coupe Sol Rats, vecteurs possibles. 	<ul style="list-style-type: none"> Repos de la parcelle (2 mois minimum) Boutures saines Variétés résistantes Désinfection outils
VIRUS	?	YELLOW LEAF SYNDROME (YLS) <i>Sugarcane yellow Leaf Virus : scYLV</i> <i>Sugarcane Yellow Phytoplasme : scYP</i>	<ul style="list-style-type: none"> Jaunissement de la nervure centrale des jeunes feuilles, qui peut s'étendre à l'ensemble du limbe. Nécrose de l'extrémité vers la base. 	<ul style="list-style-type: none"> Diminution possible du sucre extractible sur variété très sensible. 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures infectées Pucerons 	<ul style="list-style-type: none"> Variétés résistantes
	?	STRIES CHLOROTIQUES Agent suspecté : virus	<ul style="list-style-type: none"> Stries jaunes sur feuilles, se nécrosant à un stade avancé. 	<ul style="list-style-type: none"> Risque de mortalité de souches. 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures infectées Champ. ou nématode Eau et état du sol 	<ul style="list-style-type: none"> Boutures saines Variétés résistantes Amélioration drainage

Source : Guide variétal CTCS (MBOLIDI-BARON et al., 2001). D'après : MARTIN et al., 1961 ; HUGHES et al., 1964 ; ROTT et al., 2000.

Annexe 2.5 : Principaux ravageurs de la canne à la Martinique

Gravité	RAVAGEURS	DÉGATS CAUSÉS	CONSEQUENCES AGRO-TECHNOLOGIQUES en cas de forte infestation	FACTEURS FAVORISANT L'INFESTATION	MOYENS DE LUTTE
+++	RATS <i>Rattus norvegicus</i> : surmulot ou rat gris <i>Ratus ratus</i> : rat commun ou rat noir	<ul style="list-style-type: none"> • Attaques des jeunes entre-nœuds de la base des tiges. • Mort des jeunes cannes par dessèchement. • Blessures sur cannes plus âgées, constituant une porte d'entrée à différents germes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diminution du nombre de tiges usinables. • Chute du rendement agricole de 5 à 15%. • Diminution de la richesse en saccharose. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mauvais entretien des abords (canaux et traces). • Variétés tendres. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Anticoagulant : 3-4 dératisations étalées sur 4 mois suivant la plantation et la coupe ➢ Coordination des campagnes de dératisations au niveau urbain et rural - Périodes propices : Fin de récolte (Juin-Juil.) et milieu de cycle (Oct.-Nov.) ➢ Variétés les moins sensibles possibles (dureté de l'écorce et de la fibre, port érigé)
++	BORERS (CHENILLES FOREUSES) <i>Diatraea saccharalis</i> : le plus répandu en Martinique <i>Diatraea centrella</i> ou <i>Eodiatraea centrella</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mort de la cime par destruction du bourgeon terminal, pouvant conduire à la mort de la tige pour les très jeunes cannes. • Présence de galeries à l'intérieur des tiges, repérables par les trous d'évacuations des débris vers l'extérieur. • Perforations et galeries : porte d'entrée à différents germes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perte de tonnage. • Perte en saccharose. 	<ul style="list-style-type: none"> • Borers fréquents sur les nouvelles plantations (antécédent autre que la canne) • Utilisation d'insecticides : A éviter * • Variétés tendres 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Eviter les plantations en saison sèche (croissance retardée). ➢ Fumure précoce : favorise le développement de la canne et limite les attaques de borers. ➢ Lutte biologique mise en place dans les années 1970-1975 : lâchers de parasites naturels des borers, conduisant à un équilibre biologique (5% d'entre-nœuds attaqués). ➢ Variétés les moins sensibles possibles (dureté de l'écorce et de la fibre).
+	CHENILLES PHYLLOPHAGES <i>Laphygma frugiperda</i> <i>Cirphis loreyu</i> <i>Mocis puncturalis</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jeunes feuilles de canne rongées, sauf la nervure centrale 	<ul style="list-style-type: none"> • Dégâts souvent très localisés. • Pas d'importance économique particulière 	<ul style="list-style-type: none"> • Enherbement important (Adventices à feuilles larges) 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Désherbage soigné, surtout pour les traitements de pré-émergence à la plantation. ➢ Désherbage des abords de la plantation. ➢ Utilisation de variétés à croissance rapide.
+	FULGORIDE (INSECTE PIQUEUR SUCCEUR) <i>Saccharosydne saccharivora</i> ↓ Conduisant à la FUMAGINE	<ul style="list-style-type: none"> • Production de miellat par les nymphes et les adultes du fulgoride. • Sur ce miellat, développement de champignon (<i>Capnodium spp.</i>), sous forme d'épaisses croûtes ayant l'aspect de moisissure noire sur les feuilles = LA FUMAGINE. • Couleur rouge jaunâtre à la surface des feuilles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perte de tonnage possible, en cas de recouvrement total des jeunes cannes par la fumagine. • Généralement, régression fumagine au fil de la croissance, sans incidence sur tonnage. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation d'insecticides : à éviter * 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Bon entretien général ➢ Lutte intégrée naturelle, du fait de la présence dans l'environnement d'insectes parasites et ravageurs du fulgoride & Actions complémentaires d'un champignon (<i>Metarrhizium anisopliae</i>) ➢ Utilisation de variétés à croissance rapide.

* Le recours aux traitements herbicides répétés et systématiques, en vue de détruire le borer (chenille foreuse, protégée dans les tiges) ou le fulgoride (responsable de la fumagine), peut conduire à l'effet inverse en détruisant surtout les parasites et ravageurs de ces deux insectes, sur lesquels repose la lutte biologique. L'équilibre biologique étant rompu, le borer et le fulgoride risquent alors de se développer plus aisément.

Source : Guide variétal CTCS (MBOLIDI-BARON et al., 2001). D'après : ROSEMAIN, 1982 ; FRETAY, 1986 ; ETIENNE, DAUGROIS, 1996.

Annexe 2.6 : Des acteurs multiples, des actions juxtaposées en faveur de l'environnement

(D'après : IFRECOR, 1999)

La Direction régionale de l'environnement (DIREN) est chargée de l'application des législations ayant trait tant à la protection des ressources naturelles, des paysages, des sites, de même qu'à la mise en valeur du patrimoine architectural et aux études d'impact. En collaboration avec les collectivités locales et différents établissements publics, elle participe aux travaux d'aménagement, concernant les secteurs précités, pour une meilleure prise en compte de l'environnement. Elle assure le recueil et la diffusion des connaissances relatives à l'environnement. Par ailleurs, un Conseil scientifique régional du patrimoine naturel (CSRPN) a été mis en place dans la Région.

La DIREN représente localement le Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres (CELRL). En collaboration avec l'Office national des forêts (ONF), elle met en place des plans de gestion des terrains acquis et assure le suivi et l'évaluation scientifique des mesures de protection.

A l'action de ces structures, s'ajoute celle du Parc naturel régional (PNR), qui gère les réserves naturelles de la Martinique, incluant la presqu'île de la Caravelle.

La Direction régionale de l'industrie, de la recherche et de l'environnement (DRIRE) intervient en imposant des prescriptions aux exploitants agricoles, afin de réduire la pollution. D'autres organismes publics participent à des programmes visant à la préservation de l'environnement, parmi lesquels : la Direction de l'agriculture et de la forêt (DAF) ou le Comité culture et environnement du Conseil régional. Enfin, il existe une quinzaine d'associations pour la protection de la nature à la Martinique (dont cinq agréées), qui interfèrent également pour une meilleure prise en compte des questions environnementales à l'échelle territoriale.

Au-delà de la convergence d'actions de ces institutions, les plans de développement pour la Région, Programme opérationnel intégré et Contrats de plan, retiennent parmi leurs objectifs la préservation et l'amélioration du cadre de vie, dans une perspective de développement durable. Quant à la lutte contre l'érosion, elle fait l'objet de réflexions dans le cadre du fonds de gestion de l'espace rural (DAF et partenaires agricoles). La DAF et la Chambre d'agriculture sensibilisent les agriculteurs et favorisent l'adoption de nouvelles techniques pour la restauration des sols.

Reste que la multiplicité d'outils et de structures à objectifs complémentaires, sur un territoire insulaire restreint, induit des recouvrements d'orientations parfois peu cohérentes, voire contradictoires ; d'autant plus que cette multiplicité va souvent de pair avec un manque de concertation, voire une méconnaissance les uns des autres. Tant pour la protection de l'environnement maritime que terrestre, il importe de parvenir à une bonne coordination des outils de planification sectorielle, visant à les mettre en cohérence et favoriser un développement territorial durable.

Annexe 2.7 : Constitution des coûts de production de la canne

D'après : Enquêtes et Etudes 1999-2001 ; CTCS, 1996 ; CTCS, 2000

Dans les paragraphes et tableaux suivants, sont présentés les éléments pris en compte dans les calculs des charges relatives à la culture de la canne.

1. MATERIEL, PERSONNEL, INTRANTS ET DIVERS, DES POSTES CLES DU COUT DE PRODUCTION

Les calculs des coûts de production intègrent non seulement la topographie, la surface en canne et le degré de mécanisation (utilisation rationnelle rendue possible par les deux premiers facteurs), mais aussi la stratégie technique et financière des exploitants. Ils reposent sur une étude approfondie de la répartition des charges effectivement supportées par les différentes exploitations : coût du matériel, intrants, personnel, prestations éventuelles et frais généraux.

a) Coût du matériel agricole : bases de calcul

Les différentes opérations culturales sont effectuées avec des tracteurs à roues, de 100 ou de 130 chevaux (double traction). Le choix de la puissance du tracteur dépend du type de sol et de la nature des opérations. Le coût horaire du matériel englobe non seulement le coût d'achat (amorti sur la durée théorique d'utilisation), les frais financiers liés à l'achat, le coût du carburant, des pièces détachées, etc., mais aussi le coût de l'entretien et des réparations. Ce coût horaire est ainsi réparti entre des frais de possession et des frais de fonctionnement. Les normes retenues pour ces calculs sont détaillées dans les paragraphes ci-après. Elles reposent sur le suivi mis en place par le CTCS et permettent d'établir le coût horaire du matériel (cf. tableau 1).

☛ Frais de possession

- L'amortissement du matériel est calculé selon la formule : $(\text{Prix d'achat} - \text{subventions}) / \text{Nombre d'années d'utilisation}$. Le prix d'achat moyen dépend des prix relevés chez des concessionnaires en Martinique. Pour les tracteurs : Croquet (MF 1014 DT) ; Socamat (Deutz) ; Naud (Renault 9034) ; Sigam (Fiat 90 DT). Les hypothèses suivantes sont faites pour la durée d'amortissement : 5 ans pour les tracteurs et récolteuses ; 7 ans pour les cane-loaders et trans-loaders.
- L'assurance pour le matériel agricole est annuellement de :
 - 6 000 F pour la machine à couper la canne ;
 - 1 200 F pour un cane-loader ou un trans-loader ;
 - 1 900 F pour un tracteur à roues.
- Le coût annuel du remisage est de 60 F le m² intérieur et de 10 F le m² extérieur, avec l'estimation suivante selon le matériel :

- Machine à couper la canne	:	20 m ² intérieur ;
- Tracteur	:	8 m ² intérieur ;
- Cane-loader et trans-loader	:	10 m ² extérieur ;
- Remorque	:	10 m ² extérieur ;
- Outils	:	30 m ² extérieur.

Tableau 1 : Coût du matériel agricole (estimation campagne 2000)

Poste	Tracteur 130 cv DT	Tracteur 100 cv DT	Cane loader	Trans- loader	Pelle sur chenilles	Récolteuses Tronçonneus	Remorques basculantes	Remorques tonnes	Outils. prép sols	Outils culture
Prix d'achat	360 000 F	260 000 F	546 000 F	490 000 F	500 000 F	1 900 000 F	300 000 F	50 000 F	70 000 F	35 000 F
Durée d'amortissemnt	5 ans	5 ans	7 ans	7 ans	5 ans	5 ans	5 ans	7 ans	7 ans	7 ans
Taux du prêt	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5
Amortissement	72 000 F	52 000 F	78 000 F	70 000 F	100 000 F	380 000 F	60 000 F	7 200 F	10 000 F	5 000 F
Intérêt du prêt	30 759 F	22 215 F	46 651 F	41 866 F	41 721 F	162 339 F	25 632 F	2 200 F	3 000 F	1 500 F
Assurances	1 900 F	1 900 F	1 200 F	1 200 F	1 900 F	6 000 F				
Remisage	480 F	480 F	600 F	600 F	600 F	1 200 F	100 F	80 F	240 F	240 F
Total coût de possession annuel	105 139 F	76 595 F	126 451 F	113 666 F	144 221 F	549 539 F	85 732 F	9 480 F	13 240 F	6 740 F
Coût heure posses°	105 F	65 F	158 F	142 F	144 F	687 F	107 F	12 F	17 F	8 F
Carburant	45 696 F	38 080 F	24 371 F	24 371 F	38 080 F	75 000 F				
Lubrifiant	13 709 F	11 424 F	9 748 F	9 748 F	15 232 F	37 500 F				
Pneumatiques	11 240 F	11 240 F	8 933 F	2 700 F			2 000 F	1 500 F		
Entretiens	2 500 F	2 500 F	3 000 F	3 320 F	3 320 F	11 600 F	800 F	400 F	240 F	240 F
Réparations	14 400 F	10 400 F	15 600 F	14 000 F	20 000 F	152 000 F	12 000 F	1 100 F	1 000 F	500 F
Total coût de fonctionmt annuel	87 545 F	73 644 F	61 652 F	54 139 F	76 632 F	276 100 F	14 800 F	3 000 F	1 240 F	740 F
Coût heure posses° + fonctionmt	193 F	139 F	235 F	210 F	221 F	1 032 F	126 F	16 F	18 F	9 F
Frais de personnel	48 294 F	47 432 F	38 636 F	38 636 F	48 294 F	45 936 F				
Total général annuel	240 978 F	197 671 F	226 739 F	206 441 F	269 147 F	871 575 F	100 532 F	12 480 F	14 480 F	7 480 F
Coût horaire total	241 F	198 F	283 F	258 F	269 F	1 089 F	126 F			

% aide mécnst° (60°)/ coût horaire total	18%	16%	21%	20%	22%	26%	36%	34%	41%	40%
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

D'après : CTCS, 2000

☛ *Frais de fonctionnement*

- Pour calculer les frais de fonctionnement, la consommation en carburant est évaluée à 0,14 litre/CV et par heure, sachant que le prix du litre de gasoil détaxé est établie en 2000 à 3,25 F.
- Le coût du lubrifiant est défini en % de la charge en carburant, à raison de :
 - Tracteurs : 30%
 - Matériel spécialisé : 40%
 - récolteuses : 45%
- Concernant les pneumatiques et chaînes, les normes retenues sont les suivantes :

Tableau 1 : Normes pour les pneumatiques et chaînes

Matériel	Arrière			Avant			Durée d'utilisation				
	(Diamètre en cm)			(Diamètre en cm)							
Tracteurs 120 CV (chevaux)	18	x	4	x	38	13	x	6	x	28	2 ans
Cane-loader et pelle	18	x	4	x	30	11	x	24			3 ans
Remorques	1 000	x	20								2 ans
Trans-loader sur camion	1 000	x	20			1 000	x	20			3 ans
Chaînes (tracteurs et récolteuse)											7 ans

Ceci conduit aux estimations suivantes pour les frais afférents aux pneumatiques et chaînes par campagne :

- Tracteurs : 11 240 F.
- Cane-loader : 8 933 F.
- Remorques : 2 000 F.
- L'entretien, en francs par heure de fonctionnement, est évalué comme suit :
 - Cane-loader et trans-loader : 4,15 F.
 - Tracteurs à roues : 2,50 F.
 - Récolteuse : 14,50 F.
 - Remorques élévatrices : 1,00 F.
 - Remorques ordinaires : 0,50 F.
- Les réparations sont estimées en pourcentage de l'amortissement brut, à raison de :
 - Cane-loader et trans-loader : 20%
 - Tracteurs à roues : 20%
 - Récolteuses : 40%
 - Remorques : 15%
 - Outils : 10%

Le coût des réparations, qui inclut les salaires du personnel d'atelier assurant ces opérations, aurait pu être en partie redistribué au niveau du poste « personnel ». Leur répartition dans le poste « matériel » a été adoptée pour des raisons méthodologiques. Ceci permet de faire ressortir le coût horaire de chaque matériel, incluant l'ensemble des charges afférentes. Cependant, il faut garder à l'esprit que le poste « personnel » proprement dit, pour les modes de conduite III et IV, est dans la réalité augmenté par les charges de personnel.

Le coût horaire du matériel, reporté dans le tableau 1, tient compte du temps d'utilisation moyen de chaque matériel, estimé annuellement pour un cas type à :

- Tracteur et pelle : 1 000 h
- Matériel spécialisé : 800 h
- Récolteuse et remorque basculante : 800 h
- Outils : 800 h

Remarque : Les frais financiers sur les prêts sont calculés en remboursement constant.

b) Coût du personnel : prises en compte des dispositifs étatiques et accords salariaux

Le coût horaire du matériel agricole intègre également le coût du personnel. Ce dernier dépend des temps de travaux pour les différentes opérations, ainsi que de la rémunération des employés, selon leur fonction. Selon les accords au sein de la filière, certains travaux sont évalués en journées de travail (soit 8 h), même si la tâche est effectuée en 4 ou 5 heures (tel l'épandage d'herbicides, sur la plupart des exploitations cannières).

☛ *Temps de travaux*

Tableau 2 : Temps de travaux par hectare, par an et par mode conduite

Travaux	Heures d'utilisation du matériel agricole			Journées de travail du personnel		
	Dominante manuelle Mode I	Dominante semi-mécan. Modes II-III	Dominante mécanisée Mode IV	Dominante manuelle Mode I	Dominante semi-mécan. Modes II-III	Dominante mécanisée Mode IV
Gyrobroyage		3 h	3 h			
Sous-solage	5 h	4 h	3 h			
Labour	6 h	4 h	3 h			
Affinage	5 h	4 h	3 h			
Sillonage	7 h	4 h	3 h			
Epandage de chaux	4 h	3 h	2 h	1 j	1 j	1 j
Reprofilage, canaux		8 h	16 h	3 j		
Chargement boutures	2 h	2 h	2 h			
Recouvrement boutures	5 h	3 h	2 h			
Transport & plantation	7 h	7 h	5 h	8 j	5 j	4 j
Recourrage, finitions	1 h	1 h	1 h	2 j	2 j	2 j
Epandage d'engrais		4 h	2 h	3 j	1 j	1 j
Epandage d'herbicide		3 h	2 h	4 j	3 j	2 j
Entretien de traces		2 h	2 h	2 j	2 j	2 j
Sarclage manuel				3 j	4 j	4 j
Dératisation				1 j	1 j	1 j
Entretiens divers				1 j	1 j	1 j
Récolte	21 h	27 h	20 h	30 j	15 j	
Journées chauffeurs					6 j	6 j
Total annuel (*)	26 h	43 h	35 h	45 j	34 j	18 j

D'après : CTCS, 2000

(*) Rappel : amortissement sur 8, 6 ou 5 ans selon le mode de conduite, pour la séquence d'installation de la culture (du gyrobroyage aux finitions)

Ce sont ces temps de travaux qui déterminent le coût final des différents postes identifiés (matériel, personnel, prestations de services, frais divers). Pour le calcul du poste « personnel », certains éléments administratifs méritent d'être explicités, compte tenu de leur complexité.

☛ *Loi Perben et revalorisation du Smic-DOM : application pour le personnel salarié*

Le décret de loi Perben, paru dans le Journal Officiel du 27 juillet 1994, stipule que « dans les départements d'outre-mer, les entreprises inscrites au répertoire des métiers exerçant leur activité dans le secteur de l'agriculture, bénéficient de l'exonération des cotisations qui sont à leur charge en raison de l'emploi de leurs salariés au titre des assurances sociales (maladie, maternité, invalidité, décès), des allocations familiales et des accidents du travail. [...] Les salaires et rémunérations ouvrent droit à l'exonération dans la limite du salaire minimum de croissance ». Cette exonération de la part patronale des cotisations sociales est applicable pendant cinq ans, à compter de la publication du décret en Conseil d'Etat, et pratiquement à la mise en œuvre de la nouvelle loi d'orientation des DOM. Ces dispositions influent très fortement sur le coût du poste « personnel » pour les modes III et IV. Elles se traduisent par une réduction des charges sociales, allant de 30% à un peu plus de 8%, selon les catégories de salaire.

Ces dispositions possèdent également des incidences, quoique moindre, sur les charges supportées par les petits producteurs. La loi leur permet de bénéficier également d'une réduction de charges lorsqu'ils font appel à du personnel salarié, en particulier pour la coupe. Toutefois, dans la pratique, cette disposition ne les concerne que peu, compte tenu du recours à l'emploi informel (« job ») et à l'entraide entre petits planteurs.

Par ailleurs, comme le cite « *Social Pratique* » (n°226 -10 Janvier 1996), le montant du Smic dans les départements d'outre-mer est désormais identique à celui en vigueur en métropole. De fait, le Smic horaire est en Martinique de 42,02 francs en 2000. Cette revalorisation est prise en compte au niveau des derniers accords de salaires de la canne à sucre, selon les négociations entre organisations patronales et syndicales. Ces négociations sont mises en place avant chaque campagne sucrière ou, exceptionnellement, pour deux campagnes consécutives (comme cela a été le cas en 1999). Elles permettent de fixer les salaires pour les différents postes ou opérations culturales : chauffeurs, selon la compétence, type de coupe (à la tonne ou à la toise).

Tableau 3 : Frais du personnel (en francs)

	Catégorie	Prix horaire (brut)	Estimat°coût horaire (avec cotisations)	Coût / ha (75t/ha)
Rémunérat° à l'heure	Salaire ouvrier (Smic horaire)	42,02 F.	50 F.	
	Chauffeur de tracteur (transport)	42,35 F.	54 F.	
	Chauffeur de cane-loader, trans-loader, pelle	43,12 F.	55 F.	
	Chauffeur de récolteuse	49,93 F.	64 F.	
Rémun à la tâche	Coupe à la toise, en canne brûlée (1 toise)	1,56 F.	1,824 F.	5 527 F.
	Coupe à la tonne (coupe & chargement)	152,70 F.	177,94 F.	13 345 F.
	Coupe à la pile	336,16 F.	200 F/tonne	15 000 F.

D'après : Accords salariaux du 19 février 1999 (filrière canne), pour les campagnes 1999 et 2000

Hormis le personnel spécialisé, la rémunération des autres salariés relève du Smic. Elle correspond actuellement à un coût journalier de l'ordre de 400 francs, charges sociales comprises.

☛ *Charges de personnel pour les petits planteurs (modes de conduite I & II)*

Dans le cas des modes de conduite mis en place par un petit planteur, la couverture sociale de ce dernier est assurée par l'Amexa (Assurance maladie des exploitants agricoles). De sorte que son poste « personnel », lorsqu'il travaille par lui-même, correspond à sa propre rémunération. Celle-ci est estimée en moyenne à 335 francs par journée de travail (8 h)³.

Il faut souligner que, pour une surface moyenne exploitée d'environ 2,5 ha, les petits producteurs sont désormais exonérés de la cotisation à l'Amexa. Cette cotisation représentait auparavant près de 1 200 F / ha, pour une surface de 2,5 ha. Dans les calculs ci-après nous prenons l'exemple d'un système de production correspondant à une surface en canne comprise entre 2,5 et 5 ha, permettant à son responsable de bénéficier de cette exonération. Mais, en définitive, nous verrons plus tard que nombre de petits planteurs n'en bénéficient pas

Par contre, lorsqu'un producteur indépendant emploie du personnel, le salaire considéré intègre normalement les charges patronales. C'est le cas lors de la récolte pour le premier mode de conduite. Une pratique courante, en particulier chez les colons, consiste à couper la canne à deux. Ceci implique un recours à l'entraide (les « koudmen ») ou à une tierce personne (un membre de la famille le plus souvent). Pour 2 personnes par jour, le rythme moyen est de 4 à 5 tonnes coupées et chargées ou mises en paquet (« four à charbon »), dans le cas du ramassage par remorque auto-chargeuse. Ce rythme peut passer à une moyenne quotidienne de 6 tonnes pour la mise en andain, avec ramassage au cane-loader⁴. Afin de traduire cette organisation, les calculs du coût du personnel pour la récolte intègrent le fait que le planteur est aidé d'une tierce personne, pour laquelle il paye normalement les charges sociales⁵. Les derniers accords de salaire pour la coupe de la canne ont abouti à une rémunération de 178 francs par tonne dans le cas de la « tonne RAC » ou de la « tonne coupée chargée ». Des prestations de services pour le ramassage des cannes sont en outre proposées par la CUMA de Malgré-tout à des prix compétitifs.

Ainsi, en cas de mobilisation du personnel familial pour les modes de conduite I et II, le revenu correspondant au poste « personnel » est redistribué à l'exploitant lui-même et à sa famille.

³ La revalorisation du Smic se répercute sur les « charges » de main d'œuvre des petits producteurs ; sachant que ces « charges » constituent en fait leur propre rémunération. En effet, en considérant que leur travail est rémunéré au Smic, leur propre salaire s'en trouve augmenté.

⁴ En fait le passage au ramassage avec le cane-loader au sein de la CUMA de Malgré-Tout ne s'est pas traduit par une plus grande quantité de canne coupée quotidiennement, compte tenu de la limite imposée par la fixation des quotas de livraisons à l'usine du Galion. Cette évolution permet toutefois, indiscutablement, d'accélérer le rythme de coupe, la mise en andain étant plus rapide que la constitution de paquets et, a fortiori, que le chargement manuel des chariots. Ceci s'est traduit, selon les propos recueillis auprès des planteurs concernés, par une réduction de la pénibilité du travail et par un gain de temps, qu'ils peuvent reporter sur d'autres activités.

⁵ Dans la pratique, il s'agit souvent d'échanges informels. Toutefois, le temps de travail investi d'un côté ou de l'autre présente un coût qu'il importe de prendre en compte.

☛ *Intrants, frais généraux et divers : choix standards*

Concernant la prise en compte des intrants, les calculs économiques partent des préconisations correspondant à la moyenne des pratiques des planteurs. Pour la fertilisation, l'apport annuel de 800 kg par hectare d'engrais complexe N-P-K, de formule 20-10-20, a été pris en considération. Par commodité, l'épandage d'engrais est intégré dans la phase d'entretien, qu'il s'agisse de cannes plantées ou de rejetons. Pour le désherbage, les calculs sont basés sur l'utilisation du « classique » mélange suivant : « Velpar (*Hexazinone*) - Karmex (*Diuron*) - 2,4 D », à raison de deux passages par an. Les doses les plus courantes sont respectivement de 0,5 kg/ha et 1,5 kg/ha pour les deux anti-graminéens. La dose de 2,4 D varie entre 2 et 3 l/ha suivant les conditions d'enherbement et la concentration en matière active du produit commercial utilisé. Pour la plantation, les calculs se réfèrent à l'achat de plants sur pied, coupés à la pile et ramassés au cane-loader.

Le suivi mis en place par le CTCS depuis de nombreuses années et, plus particulièrement, à partir des enquêtes effectuées en 1995-1996 (CTCS, 1996), conduit à une estimation moyenne des frais divers (généraux, structure, financiers, encadrement). Par contre, les impôts fonciers varient fortement d'une commune à l'autre : entre 400 et 1 100 francs par hectare. La moyenne se ramène à 800 F/ha pour les modes II et III et à 900 F pour le mode IV, correspondant à des parcelles situées en plaine alluviale. Notons par ailleurs que si une partie des frais financiers est incluse dans le coût du matériel, une autre est générée par des prêts pour plantation ou des prêts pour relais de campagne. Ces derniers facilitent aux planteurs la gestion de leur trésorerie, dans l'attente du paiement effectif des livraisons de canne (surtout pour celles effectuées à l'usine du Galion).

L'intégration de ces derniers frais permet de dresser le tableau de synthèse ci-après.

Tableau 4 : Synthèse des éléments de coûts

☛ Matériel, personnel et intrants, selon les opérations (coût par heure ou tonne de canne)

Type	Matériel	Outil	Personnel	Total ou intrants (charges incluses)
Opération manuelle (Smic)			50 F	50 F
Conduite tracteur 130 cv (*)	193 F	25 F	54 F	272 F
Conduite tracteur 100 cv (**)	139 F	25 F	54 F	218 F
Conduite Cane-loader	235 F		55 F	290 F
Conduite Trans-loader	210 F		55 F	265 F
Conduite Récolteuse	1 032 F	126 F	64 F	1 222 F
Conduite Pelle	221 F		55 F	276 F
Forfait CUMA (heure de tracteur)				250 F
Chaux (t)				950 F
Herbicides (1 passage /ha)				600 F
Engrais (ha)				2 300 F
Raticides				90 F
Coupe 1t de plants (à la pile)				200 F
Achat de plants sur pied (1 t)				275 F
Récolte rac (tonne) salaire+ charges				177,94 F
Récolte (1 toise)				1,824 F

☛ Autres coûts

Type	Mode I	Mode II	Mode III	Mode IV
Location terrain (colonnage)	3 500 F			
Cotisations Amexa		1 200 F		
Impôts et Taxes	260 F	1 060 F	1 060 F	1 160 F
Frais de structure	600 F	400 F	2 000 F	2 000 F
Encadrement			3 000 F	3 000 F

D'après CTCS, 2000

Remarque : les calculs sont faits en tenant compte de l'utilisation préférentielle des tracteurs, quand le choix est possible (disponibilité en matériel, conditions de terrain) pour les opérations suivantes :

(*) tracteur de 130 cv surtout pour le sous-solage et le labour ;

(**) tracteur de 100 cv pour les autres opérations (gyrobroyage, sillonnage, affinage, recouvrement de plants, épandages d'intrants, transport).

Annexe 2.8 : Matrices de rentabilité selon les modes de conduite

En complément des matrices présentées au chapitre VI pour le mode de conduite I, , figurent ci-après celles pour les modes II, III et IV ; selon les formules adaptées de marge et RD (encart 4).

MODE DE CONDUITE II. EN PRESTATION TOTALE

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [A_{1\text{ha}} + A_{5\text{ha}}] + [A_{4\text{t}} \times \text{Rdt}] - \text{Coût de Prod}^\circ$$

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [1\ 275 + 940] + [35 \times \text{Rdt}] - 31\ 728$$

Tableau II - 1 : Matrice de rentabilité pour le mode II, en prestation totale – Marge 2
(Marge par hectare, en fonction du tonnage et du CP)

		Coefficients de Paiement (CP)				
		6	7	8	9	10
Rendement agricole en t/ha	50	-13 075 F	-10 627 F	-8 179 F	-5 730 F	-3 282 F
	55	-11 431 F	-8 738 F	-6 045 F	-3 352 F	-659 F
	60	-9 787 F	-6 849 F	-3 912 F	-974 F	1 964 F
	65	-8 143 F	-4 961 F	-1 778 F	1 404 F	4 587 F
	70	-6 499 F	-3 072 F	355 F	3 783 F	7 210 F
	75	-4 855 F	-1 183 F	2 489 F	6 161 F	9 833 F
	80	-3 212 F	705 F	4 622 F	8 539 F	12 456 F
	85	-1 568 F	2 594 F	6 756 F	10 917 F	15 079 F
	90	76 F	4 483 F	8 889 F	13 296 F	17 702 F
	95	1 720 F	6 371 F	11 023 F	15 674 F	20 325 F
	100	3 364 F	8 260 F	13 156 F	18 052 F	22 948 F

D'après : Enquêtes & Etudes 1999-2001 ; CTCS, 2000

$$\text{Marge 3} = \text{RD} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [A_{1\text{ha}} + A_{5\text{ha}}] + [A_{4\text{t}} \times \text{Rdt}] + [\text{Rém}] - \text{Coût de Prod}^\circ$$

$$\text{Marge 3} = \text{RD} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [1275 + 940] + [35 \times \text{Rdt}] + 400 - 31\ 728$$

Tableau II - 2 : Matrice de rentabilité pour le mode II, en prestation totale – Marge 3
(Marge par hectare, en fonction du tonnage et du CP)

		Coefficients de Paiement (CP)				
		6	7	8	9	10
Rendement agricole en t/ha	50	-12 675 F	-10 227 F	-7 779 F	-5 330 F	-2 882 F
	55	-11 031 F	-8 338 F	-5 645 F	-2 952 F	-259 F
	60	-9 387 F	-6 449 F	-3 512 F	-574 F	2 364 F
	65	-7 743 F	-4 561 F	-1 378 F	1 804 F	4 987 F
	70	-6 099 F	-2 672 F	755 F	4 183 F	7 610 F
	75	-4 455 F	-783 F	2 889 F	6 561 F	10 233 F
	80	-2 812 F	1 105 F	5 022 F	8 939 F	12 856 F
	85	-1 168 F	2 994 F	7 156 F	11 317 F	15 479 F
	90	476 F	4 883 F	9 289 F	13 696 F	18 102 F
	95	2 120 F	6 771 F	11 423 F	16 074 F	20 725 F
	100	3 764 F	8 660 F	13 556 F	18 452 F	23 348 F

D'après : Enquêtes & Etudes 1999-2001 ; CTCS, 2000

MODE DE CONDUITE II, EN PRESTATION PARTIELLE

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [A1_{\text{ha}} + A5_{\text{ha}}] + [A4_t \times \text{Rdt}] - \text{Coût de Prod}^\circ$$

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [1275 + 940] + [35 \times \text{Rdt}] - 29156$$

Tableau II - 3 : Matrice de rentabilité pour le mode II, en prestation partielle – Marge 2
(Marge par hectare, en fonction du tonnage et du CP)

		Coefficients de Paiement (CP)				
		6	7	8	9	10
Rendement agricole en t/ha	50	-10 503 F	-8 055 F	-5 607 F	-3 158 F	-710 F
	55	-8 859 F	-6 166 F	-3 473 F	-780 F	1 913 F
	60	-7 215 F	-4 277 F	-1 340 F	1 598 F	4 536 F
	65	-5 571 F	-2 389 F	794 F	3 976 F	7 159 F
	70	-3 927 F	-500 F	2 927 F	6 355 F	9 782 F
	75	-2 283 F	1 389 F	5 061 F	8 733 F	12 405 F
	80	-640 F	3 277 F	7 194 F	11 111 F	15 028 F
	85	1 004 F	5 166 F	9 328 F	13 489 F	17 651 F
	90	2 648 F	7 055 F	11 461 F	15 868 F	20 274 F
	95	4 292 F	8 943 F	13 595 F	18 246 F	22 897 F
100	5 936 F	10 832 F	15 728 F	20 624 F	25 520 F	

D'après : Enquêtes & Etudes 1999-2001 ; CTCS, 2000

$$\text{Marge 3} = \text{RD} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [A1_{\text{ha}} + A5_{\text{ha}}] + [A4_t \times \text{Rdt}] + [\text{Rém}] - \text{Coût de Prod}^\circ$$

$$\text{Marge 3} = \text{RD} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [1275 + 940] + [35 \times \text{Rdt}] + 5000 - 29156$$

Tableau II - 4 : Matrice de rentabilité pour le mode II, en prestation partielle – Marge 3
(Marge par hectare, en fonction du tonnage et du CP)

		Coefficients de Paiement (CP)				
		6	7	8	9	10
Rendement agricole en t/ha	50	-5 503 F	-3 055 F	-607 F	1 842 F	4 290 F
	55	-3 859 F	-1 166 F	1 527 F	4 220 F	6 913 F
	60	-2 215 F	723 F	3 660 F	6 598 F	9 536 F
	65	-571 F	2 611 F	5 794 F	8 976 F	12 159 F
	70	1 073 F	4 500 F	7 927 F	11 355 F	14 782 F
	75	2 717 F	6 389 F	10 061 F	13 733 F	17 405 F
	80	4 360 F	8 277 F	12 194 F	16 111 F	20 028 F
	85	6 004 F	10 166 F	14 328 F	18 489 F	22 651 F
	90	7 648 F	12 055 F	16 461 F	20 868 F	25 274 F
	95	9 292 F	13 943 F	18 595 F	23 246 F	27 897 F
100	10 936 F	15 832 F	20 728 F	25 624 F	30 520 F	

D'après : Enquêtes & Etudes 1999-2001 ; CTCS, 2000

Remarque : le chiffre en gras correspond au résultat pour le cas-type (à 75 t/ha et 8 de CP pour le mode IV)

MODE DE CONDUITE III

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [A1_{\text{ha}} + A2_{\text{ha}} + A5_{\text{ha}}] + [A3_t \times \text{Rdt}] - \text{Coût de Prod}^\circ$$

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [1275 + 951 + 313] + [31 \times \text{Rdt}] - 30767$$

Tableau III : Matrice de rentabilité pour le mode III, - Marge 2
(Marge par hectare, en fonction du tonnage et du CP)

		Coefficients de Paiement (CP)				
		6	7	8	9	10
Rendement agricole en t/ha	50	-11 990 F	-9 542 F	-7 094 F	-4 645 F	-2 197 F
	55	-10 366 F	-7 673 F	-4 980 F	-2 287 F	406 F
	60	-8 742 F	-5 804 F	-2 867 F	71 F	3 009 F
	65	-7 118 F	-3 936 F	-753 F	2 429 F	5 612 F
	70	-5 494 F	-2 067 F	1 360 F	4 788 F	8 215 F
	75	-3 870 F	-198 F	3 474 F	7 146 F	10 818 F
	80	-2 247 F	1 670 F	5 587 F	9 504 F	13 421 F
	85	-623 F	3 539 F	7 701 F	11 862 F	16 024 F
	90	1 001 F	5 408 F	9 814 F	14 221 F	18 627 F
	95	2 625 F	7 276 F	11 928 F	16 579 F	21 230 F
100	4 249 F	9 145 F	14 041 F	18 937 F	23 833 F	

D'après : Enquêtes & Etudes 1999-2001 ; CTCS, 2000

MODE DE CONDUITE IV

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [A1_{\text{ha}} + A2_{\text{ha}} + A5_{\text{ha}}] + [A3_t \times \text{Rdt}] - \text{Coût de Prod}^\circ$$

$$\text{Marge 2} = [(391,69/8) \times \text{CP} \times \text{Rdt}] + [1500 + 1141 + 313] + [38 \times \text{Rdt}] - 28781$$

Tableau IV : Matrice de rentabilité pour le mode IV - Marge 2
(Marge par hectare, en fonction du tonnage et du CP)

		Coefficients de Paiement (CP)				
		6	7	8	9	10
Rendement agricole en t/ha	50	-9 059 F	-6 611 F	-4 163 F	-1 714 F	734 F
	55	-7 400 F	-4 707 F	-2 014 F	679 F	3 372 F
	60	-5 741 F	-2 803 F	134 F	3 072 F	6 010 F
	65	-4 082 F	-900 F	2 283 F	5 465 F	8 648 F
	70	-2 423 F	1 004 F	4 431 F	7 859 F	11 286 F
	75	-764 F	2 908 F	6 580 F	10 252 F	13 924 F
	80	894 F	4 811 F	8 728 F	12 645 F	16 562 F
	85	2 553 F	6 715 F	10 877 F	15 038 F	19 200 F
	90	4 212 F	8 619 F	13 025 F	17 432 F	21 838 F
	95	5 871 F	10 522 F	15 174 F	19 825 F	24 476 F
100	7 530 F	12 426 F	17 322 F	22 218 F	27 114 F	

D'après : Enquêtes & Etudes 1999-2001 ; CTCS, 2000

Annexe 2.9 : Comparaison des modes de paiement des cannes en sucrerie et en distillerie

Paiement des cannes à l'usine du Galion
(en Francs et en Euros/tonne)

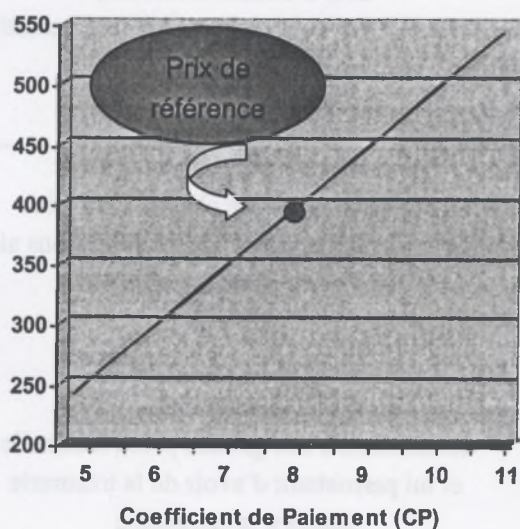
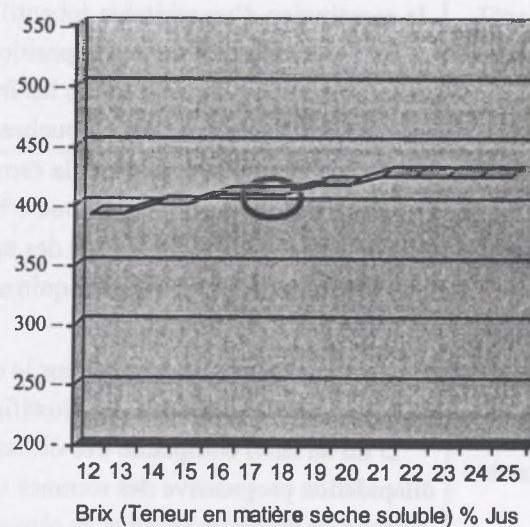
Données des campagnes 1997 à 2002

CP	Prix sucrerie		Remarque
< 5	Cannes non marchandes		
5,0	244,81 F	37,32 €	Prix décroissant
5,5	269,29 F	41,05 €	
6,0	293,77 F	44,78 €	
6,5	318,25 F	48,52 €	
7,0	342,73 F	52,25 €	
7,5	367,21 F	55,98 €	
8,0	391,69 F	59,71 €	Référence
8,5	416,17 F	63,44 €	Prix croissant
9,0	440,65 F	67,18 €	
9,5	465,13 F	70,91 €	
10,0	489,61 F	74,64 €	
10,5	514,09 F	78,37 €	
11,0	538,57 F	82,10 €	

Paiement des cannes en distilleries agricoles
(en Francs et en Euros/tonne)

Moyennes de prix de 1997 à 2002

Brix	Prix distillerie		Remarque
< 14	Cannes marchandes, mais non AOC		
	393,60 F	60,00 €	- 4%
14	393,60 F	60,00 €	
15	401,80 F	61,25 €	- 2%
16	401,80 F	61,25 €	
17	410,00 F	62,50 €	Référence
18	410,00 F	62,50 €	
19	410,00 F	62,50 €	+ 2%
20	418,20 F	63,75 €	
21	418,20 F	63,75 €	+ 4%
22	426,40 F	65,00 €	
23	426,40 F	65,00 €	
24	426,40 F	65,00 €	
25	426,40 F	65,00 €	

Proportionnalité du prix de la canne
à l'usine du Galion
(Données en Francs)Bonification et réfaction du prix
de la canne en distilleries agricoles
(Données en Francs)

Source : CTCS, 202. Base de données

Comparaison des principes et modalités de paiement de la canne de 1997 à 2002

Critères	A l'usine du Galion	En distilleries agricoles
Principe	Paiement des cannes à la richesse en saccharose (PCRS), fonction du saccharose extractible	Paiement des cannes à la qualité, basé uniquement sur le Brix.
Mise en place	Depuis 1963, la mise en place du PCRS, basé sur un Coefficient de paiement (CP), a pour objectif de permettre le paiement du planteur, en fonction de la matière première (saccharose) récupérable par la sucrerie	Depuis 1996, avec l'accession à l'AOC « Rhum agricole Martinique » : le paiement tient compte de la matière première utilisée en distillerie, à savoir tous les sucres fermentescibles (évalués par rapport à la teneur en matière sèche soluble).
Prix 2002	Prix de référence : 59,71 €/t (391,69 F/t) Prix payé par la sucrerie : 34,76 € (228 F) Solde = « Aide à la balance », de 24,95 € (163,69 F) avec 3 bailleurs de fonds (l'Etat & les 2 collectivités territoriales) Transport : à la charge de la sucrerie.	Prix de référence moyen ~ 62,50 €/t (410 F) Prix intégralement payé par la distillerie. Avec un complément de 8 à 15 €/t (50 à 100 F/t) pour le transport (assuré soit par le producteur lui-même, soit par un transporteur privé). Montants variables selon les distilleries.
Modulation du prix	Prix proportionnel au CP moyen par quinzaine Cannes non marchandes si CP < 5 ; mauvaise qualité fortement pénalisée (au min., à 5 de CP : 37,32 €, soit -62%) ; livraisons de bonne qualité présentant une forte valeur ajoutée (pas de plafond théorique, avec une bonification pouvant aller jusqu'à + 35% à 11 de CP).	Prix proportionnel au Brix moyen par quinzaine Pas de cannes non marchandes ; Si Brix < 14, cannes utilisées pour faire du rhum non-AOC (pas possible pour toutes les dist.) ; différentiel de prix moins incitatif ; mauvaise qualité peu pénalisée (au minimum 60 €/t, soit - 4%) ; moindre plus-value pour les cannes de bonne qualité (au maximum : 65 €/t, soit + 4%) .
Echantillonnage	Carottage mécanique en profondeur, avec une sonde portée sur tracteur, permettant la constitution d'un véritable échantillon, assez représentatif de la composition du chargement, incluant toutes les fractions : cannes usinables, paille, souches, etc.	Prélèvement manuel, au coutelas, de 2-3 cannes usinables, ne permettant pas d'avoir une idée représentative de la véritable composition du chargement de cannes.
Paiement effectif des cannes	Paiement morcelé sur toute la campagne (et même souvent au-delà), avec 4 bailleurs payant indépendamment les uns des autres, sans concertation, par 1, 2 ou 3 quinzaines Versements très fractionnés sur le compte bancaire du planteur, sans justificatif. D'où un suivi comptable très difficile, une dilapidation progressive des sommes versées, un manque de trésorerie en cours de campagne et un certain découragement des planteurs.	Pour la majorité des distilleries : paiement unique de chaque quinzaine réalisé intégralement par la distillerie (sans aide), si tôt la quinzaine terminée Meilleur suivi par le planteur de son chiffre d'affaires, contribuant à une gestion plus rationnelle et lui permettant d'avoir de la trésorerie pendant la campagne (de surcroît plus courte en distillerie).

D'après : Enquêtes 1999-2002

Annexe 2.10 : Coefficients de pondération pour calculer le seuil d'assujettissement à l'Amexa

Source : Caisse générale de sécurité sociale (CGSS) de la Martinique, 2000

Seuil d'assujettissement = 2 ha pondérés = 2 ha / coefficient de pondération

Coefficients de pondération appliqués par la CGSS :

Par culture :

<input type="checkbox"/> canne à sucre	:	1,5
<input type="checkbox"/> banane	:	4
<input type="checkbox"/> ananas	:	10
<input type="checkbox"/> culture vivrière	:	1,5
<input type="checkbox"/> cultures céréalières	:	2
<input type="checkbox"/> cultures maraîchères plein champs	:	5
<input type="checkbox"/> cultures maraîchères sous abris	:	10
<input type="checkbox"/> cacao, café, tabac	:	4
<input type="checkbox"/> géranium	:	2
<input type="checkbox"/> arboriculture fruitière	:	2
<input type="checkbox"/> cultures florales et ornementales sous ombrière artificielle	:	12
<input type="checkbox"/> cultures florales et ornementales sous ombrière naturelle	:	4
<input type="checkbox"/> cultures hydroponiques	:	12
<input type="checkbox"/> prairies cultivées	:	1
<input type="checkbox"/> prairies naturelles	:	0,3
<input type="checkbox"/> aquaculture d'eau douce	:	6
<input type="checkbox"/> ostréiculture	:	6

Par tête :

<input type="checkbox"/> bovins (après abattement de trois bovins par ha de prairies cultivée ou d'un bovin par la prairie naturelle)	:	0,2
<input type="checkbox"/> porcs à l'engrais	:	0,03
<input type="checkbox"/> truies	:	0,34

Par surface installée :

<input type="checkbox"/> poules pondeuses (après abattement de la superficie des installations correspondant à 1 ha pondéré)	:	0,01
<input type="checkbox"/> poulets de chair (id. ci-dessus)	:	0,0006
<input type="checkbox"/> autres volailles (id. ci-dessus)	:	0,01
<input type="checkbox"/> lapins (id. ci-dessus)	:	0,02
<input type="checkbox"/> apiculture (nombre de ruches – après abattement de 20 ruches correspondant à 1 ha pondéré)	:	0,05

Annexe 2.11 : Eléments sur la « qualité » nutritionnelle des sucres

Le sucre intégral (à base de jus de canne filtré) apporte quantité de vitamines et de minéraux.

Le sucre brun (présenté comme "complet" dans la plupart des magasins de produits naturels), ayant subi une cristallisation supplémentaire par chauffage, en apporte un peu moins, comme le montre le tableau ci-dessous, mais perd toutes ses vitamines.

Le sucre roux, tel celui commercialisé par la SAEM du Galion, serait un intermédiaire entre sucre brun et sucre blanc.

Tableau 1 : Apports minéraux des différents types de sucre
Valeur en milligrammes / 100 g de sucre

	Complet	Sucres Brun	Blanc
Sels minéraux totaux	1700	380	40
Potassium (K)	850,0	82,5	4,0
Magnésium (Mg)	140,0	16,5	0,0
Calcium (Ca)	110,0	/	12,5
Phosphore (P)	47,0	3,5	0,3
Fer (Fe)	4,0	0,9	0,1

Source : Dr Béguin (URL : <http://www.taty.be/vapeur/sucreintegral.htm#Beguïn>)

Par contre, le sucre blanc est reconnu par notre organisme comme de purs cristaux chimiques de saccharose. Il est considéré par certains comme un « poison », qui déminéralise et favoriserait les réactions inflammatoires. Au contraire, le sucre complet, non raffiné et non chauffé, aurait minéralisé des enfants défaillants lors d'expériences en Allemagne.

L'analyse des cristallisations sensibles (ou morphocristallographie⁶) peut indiquer l'efficacité nutritive d'un aliment sur la base des forces de croissance et des forces d'organisation de la matière étudiée. Elle permet de déterminer quels aliments sont plutôt reconstituants ou énergétiques de par leur structure, lesquels sont plutôt structurants des diagnostics sur les affaiblissements subis par les produits alimentaires après certains traitements de transformation.

⁶ Images obtenues par cristallisation d'une solution de sels de chlorure de cuivre, fournissent des spectres sous forme d'agrégats de cristaux, fiables et reproductibles. Mise au point dans les années vingt, cette méthode est jusqu'ici marginalisée (peu compatible avec le consensus scientifique actuel ?). Elle permet de visualiser : (i) le dynamisme des processus de croissance à travers la qualité de leur texture (longueur, épaisseur, relief des courants, densité des ramifications, etc.); (ii) la qualité de leur structure, c'est-à-dire la forme, l'ampleur, l'agencement des zones principales, qui donnent des informations sur l'action des forces formatrices de la matière.

Photo 1 : Cristallisations sensibles de différents types de sucre de canne

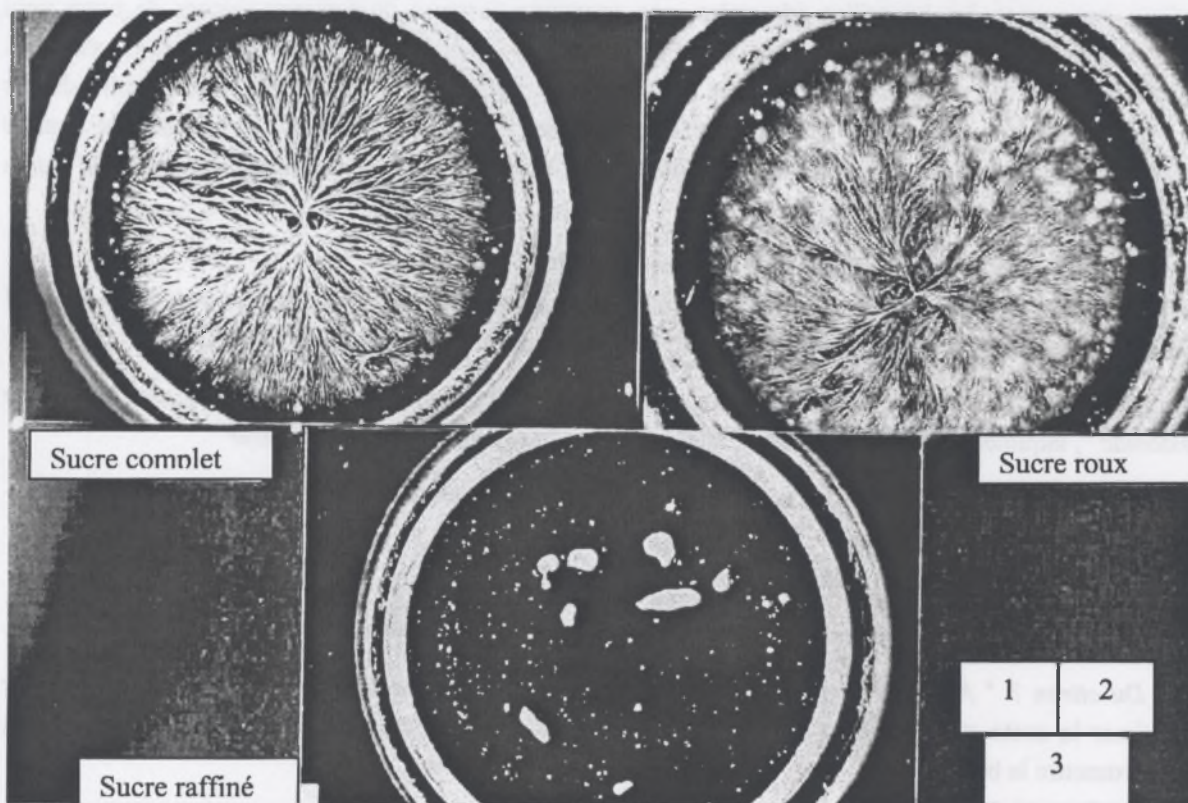


Image 1, en haut à gauche. "Sucre complet de canne : la texture ramifiée, la composition tripartite, la forme du centre germinatif, avec ses deux vacuoles symétriques, constitue les éléments d'une image caractéristique d'un végétal relativement vigoureux."

Image 2, en haut à droite. "Sucre de canne roux : la texture compacte, la forme imprécise du centre et les perturbations diverses dans la trame signalent un affaiblissement vital de cette substance, de médiocre qualité nutritive."

Image 3, en bas. "Sucre raffiné : l'absence d'image organisée montre que cette substance correspond au niveau d'évolution du minéral et n'est plus un aliment. Paradoxal: le sucre blanc affiche l'image d'une sorte de "sel" organique."

Source : Marie-Françoise Tesson et Miguel Angel Fernandez-Bravo
Association Présence, Le Val d'Arizes, BP 9, F-65170 Campan

Annexe 2.12 : Rituel de la consommation du rhum et perceptions

La cérémonie du punch

« Quelque chose va se passer ! Le nécessaire est mis en place : des gobelets de moyenne grandeur en nombre suffisant, un carafon de sirop, une carafe de grappe blanche (rhum agricole jeune), une carafe de vieux, ou encore des bouteilles étiquetées, une soucoupe porteuse de secteurs minces de notre petit citron vert spécial, un récipient à glace, enfin une cuillère à punch, unique, à long manche. On s'assied : chaises, berceuses, canapé. Le maître de maison prend possession du guéridon qu'il encadre de ses membres inférieurs en ayant soin de relever légèrement les jambes de son pantalon pour une plus grande aisance dans la manœuvre. Son regard cherche celui de chaque convive ; le consensus s'établit, le punch martiniquais va être composé. [...]

– " *Du sirop pour vous ?...* ". C'est l'amphitryon qui parle.

– Réponse : " *Pas trop* " ou " *un peu plus* " ou " *je prends très sucré* "... ou " *5 francs de sirop* " ou " *1 franc* " ou " *1 sou* ", expressions qui désignent l'épaisseur du sirop souhaitée au fond du verre.

Un mini colloque s'engage et celui qui prend très sucré s'entend dire que " *les fourmis envahiront son estomac* ", taquinerie classique, ou que " *le sirop donne la cirrhose, ne pas en abuser* ".

– " *Je vous sers ?* " Il s'agit du rhum, le choix est fait : du jeune ou du vieux.

– " *Merci, merci* ". Par exemple : " *Vous avez la main lourde* ".

– Réplique : " *C'est donc un punchinet, un punch fillette ?* "

Une réduction est parfois opérée. Dans le cas inverse, c'est un complément qu'on ajoute.

– " *Du citron ?* " Accepté en général dans le rhum blanc, il est pressé entre le pouce et l'index pour exprimer le zeste et le segment est lâché dans le verre. Pas de citron dans le vieux pour ne pas compromettre le bouquet.

– " *Un glaçon ?* " Soit oui, soit non.

Enfin le touillage avec la cuillère unique qui scelle l'union de convives et rapproche les cœurs en passant d'un verre à l'autre, comme transmettant un message. Celui qui fait le punch commence par tremper légèrement la cuillère dans son verre. Est-ce pour faire symboliquement la preuve qu'elle est inoffensive, est-ce par courtoisie ? Ensuite, il touille avec attention tous les autres verres et termine par le sien. Des corrections sont parfois demandées après qu'on ait goûté le mélange, et la même cuillère revient brasser la composition définitive.

Cette patiente élaboration, nullement fastidieuse, mobilise l'intérêt des uns et des autres, renforce la convivialité, tout en facilitant des conversations de circonstance : naissance d'un enfant, première communion, succès aux examens, élection, décès, c'est à dire tout ce qui concerne la rencontre des hommes, y compris l'absence de tout motif, le punch étant en soi un élément de société : jusqu'à, dirions-nous, l'extrême limite de l'amateur solitaire dont l'interlocuteur est forcément imaginaire. Si l'on est nombreux, des membres de la famille ou des convives aident le maître de maison dans l'accomplissement du service.

Signalons qu'il n'y a pas d'amuse-gueule. Avant de boire, on trinque (sauf en cas de décès). Toast classique : " *A votre santé* ", " *à la votre* ", " *Tchin-tchin* ", en créole " *kon nou di-a* " (Ainsi que nous avons dit). [...] Et les verres se lèvent, se rapprochent des lèvres, s'en séparent, puis y reviennent à des intervalles marqués par la rotation, par la giration du verre, entretenue entre le pouce d'une part, l'index et le majeur d'autre part, auriculaire levé ».

Perceptions associées au rhum : « Ronm-la sé an prêtèks »

Jusqu'au milieu du XX^e siècle, le rhum était considéré comme une boisson peu valorisante : il était nécessaire à tout un chacun, selon son milieu social, de se trouver un prétexte pour en boire. Dans un poème intitulé « Ronm-la sé an prêtèks » (le rhum c'est un prétexte), l'écrivain-poète Yva LÉRO (1977) traduit la difficulté à vivre légitimement le rhum dans la société martiniquaise.

<i>Kokoriko pòkò déwò</i>	Le jour ne s'est pas encore levé
<i>An lodè ronm ka poursuiiv-ou</i>	Une odeur de rhum te poursuit
<i>A bo ou pa télé gouté 'y</i>	Bien que tu ne voulais pas y goûter
<i>Lodè-a ja an péyi-a</i>	L'odeur s'est déjà répandue dans tous le pays
<i>Ku kokoyaj ku mabiyaj</i>	[...]
<i>Tout dékolaj sé dékolaj</i>	
<i>Débadeu pòkò menm travay</i>	Le docker n'a pas encore travaillé
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>A dizè lè i ka byen swé</i>	A dix heures alors qu'il a bien transpiré
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>A midi pou i pé manjé</i>	A midi pour qu'il puisse manger
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Lè i jété dènyé sak-la</i>	Quand il a jeté le dernier sac
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Sé jan la gran sosyété-a</i>	Les gens de la grande société
<i>Ka sévi sa en lòt mannyè</i>	Utilisent ça d'une autre façon
<i>Si pa té ni brwui tchuiyé-a</i>	S'il n'y avait pas le bruit de la cuillère
<i>Pou trayi ponch-la yo ka bwè</i>	Pour trahir le punch qu'ils boivent
<i>A labri dèyé pèsyèn-la</i>	A l'abris derrière les persiennes
<i>Ou sé di yo pa ka bwè sa...</i>	On n'aurait jamais dit qu'ils boivent ça...
<i>Bétjé-a oblijé gouté 'y</i>	Le Béké est obligé de le goûter
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Sé Milat-la ka pran 'y « au cercle »</i>	Les Mulâtres le prennent « au cercle »
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Pou fonksyonné pou ouvriyé</i>	Pour les fonctionnaires, pour les ouvriers
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Si yo tro cho ou en pé fwèt</i>	S'ils ont trop chaud ou un peu froid
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Menm sé fanm-la, sé jenn fi-a</i>	Même les femmes, les jeunes filles
<i>Ka konprann ponch-la nésésé 'y</i>	Croient que le punch leur est nécessaire
<i>Yo pa ka pèd an lokazyo</i>	Elles ne perdent pas une occasion
<i>Du ofè an vyé ou an blan</i>	D'offrir un vieux ou un blanc
<i>Vyé kò, jenn jan pa politès</i>	Les vieux, les jeunes par politesse
<i>Ka envité yo trenké</i>	Les invitent à trinquer
<i>Sé fanm-la oblijé trenké</i>	Les femmes sont obligées de trinquer
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Jenn fi ka pran 'y épi mannyè</i>	Les jeunes filles le boivent avec manière
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Ku yo santi kò-yo tro cho</i>	Qu'elles sentent qu'elles ont trop chaud
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Ku yo santi sèten doule</i>	Qu'elles ressentent certaines douleurs
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte
<i>Si par ègzamp yo amourèz</i>	Si par exemple elles sont amoureuses
<i>Ronm-la sé an prêtèks</i>	Le rhum c'est un prétexte

Annexe 2.13 : De l'appropriation des variétés devenues « cannes créoles »

(D'après : BARON H., MARIE-SAINTE E., 1998)

Au fil des générations, certaines anciennes variétés cultivées pour le sucre et pour le rhum sont devenues dans la mémoire populaire des cannes créoles. Dans la pratique, cette dénomination est un terme générique qui recouvre une triple réalité : (i) le cultivar naturel introduit depuis la colonisation, précisément appelé Canne Créole ; (ii) des noms d'origine de variétés de *S. officinarum* ou de cultivars naturels issus de mutations de *S. officinarum* ou d'une autre des cinq espèces fertiles de départ, comme la Cristalline ; (iii) des noms créés par l'imaginaire populaire. Ces derniers correspondent soit à des *S. officinarum*, soit à des cultivars naturels de l'une des espèces de départ, dont le nom d'origine s'est perdu ou a été transformé (ainsi la Big Tanna est-elle devenue la Bicana) ; soit à bon nombre d'hybrides artificiels, ayant marqué la culture cannière, qui ont été renommés au fil du temps par les producteurs et le personnel travaillant dans les champs, sous des noms vernaculaires.

Ces noms créoles⁷ se réfèrent à une caractéristique de la plante, comme :

- son goût (*Pen épi lèt, Sik dôj, Pen o chokola, Kann Korosôl,...*) ;
- sa ou ses couleurs (*Kann Zabitan, Kann Diven, Kann Ribanné,...*) ;
- sa morphologie, quant aux bourgeons latéraux (les yeux), aux entre-nœuds, au diamètre (*Kann Lay, Kann Jounou Poul, Kann Banbou,...*) ;
- la caractéristique de sa fibre (*Kann Pété Po, Kann Pôslèn,...*) ;
- son aspect général, en terme de port (*Kann maché atè,...*) ;
- son lieu d'origine (Guatémala, Sainte-Croix,...) ;
- les difficultés liées à sa coupe (*Nozimbé, Ti-maframé, Malavoi,...*).

Les deux variétés qui ont le plus marqué l'histoire de la canne en Martinique sont véritablement la "Pen épi lèt" et la BH. Très appréciées au niveau gustatif, pour leur pulpe très tendre et leur richesse en sucre, ces deux variétés prédominent dans les jardins. Dans la région de Sainte-Marie, la BH a été surnommée "Kann Korosol", compte tenu de sa saveur. Mais cette appellation ne semble pas retenue partout, tandis que le nom de BH est connu de tous les Martiniquais d'une certaine génération, même hors du milieu cannier. La BH fut abandonnée pour la culture industrielle à cause de l'importance de l'entretien que sa culture nécessitait, en raison de sa croissance tardive et de son appétence pour les ravageurs. La fameuse "Pen épi lèt" correspond en fait à un hybride de Barbade créé en 1943 (probablement la B 43.162). Cette canne est caractérisée par une bonne croissance, un tallage conséquent et une verse assez importante. Il s'agissait d'une canne très bien adaptée aux conditions climatiques du sud de la Martinique, car son développement nécessitait une pluviométrie moins forte que pour d'autres variétés, telle que la BH. Au niveau des caractéristiques technologiques, elle passe pour une canne très sucrée et très tendre, surtout « sous paille », ce qui lui a valu ce nom de *Pen épi lèt*. Cette expression fait référence à l'habitude des agriculteurs de se nourrir avec un guignon de pain trempé dans le lait directement prélevé au pis de la vache. Très appréciée des hommes et des rongeurs, sa culture impliquait un entretien méticuleux et une surveillance permanente. Les anciens précisent même que le véritable rendement de cette canne n'aurait jamais pu être évalué à sa juste mesure, du fait des attaques trop virulentes des prédateurs.

⁷ Ecriture phonétique, selon le Groupe d'études et de recherche en espace créolophone (GEREC).

L'appellation d'origine de certaines variétés (hybrides ou pas) s'est plus ou moins perdue au cours des âges, tandis que la mémoire populaire ne retenait souvent plus que leur nom créole. Certaines d'entre-elles ont été mises en chanson, comme la *Malavoi* ou la *Péroji* (POJ 28.78), tandis que d'autres sont maintenues dans les jardins domestiques, aux quatre coins de l'île, pour leur qualité gustative.

a) De l'habitation au jardin familial

Partant de l'habitation sucrière, l'appropriation des anciennes variétés comme cannes de jardin tient à plusieurs faits : leurs qualités gustatives, leurs qualités thérapeutiques et leurs qualités agronomiques.

Le transfert de certaines de ces variétés, de l'habitation sucrière aux jardins familiaux a été favorisé à une époque où la canne faisait partie intégrante de la vie de la majorité des Martiniquais. Les coupeurs et ouvriers de la canne retournaient souvent chez eux, à l'époque de la récolte, avec quelques cannes sur leur épaule. Ils plantaient ces variétés dans leurs jardins ou en faisaient don aux personnes de leur voisinage, qui pouvaient de même les multiplier. Conscients du renouvellement variétal qui s'opérait sans cesse sur l'habitation, certaines personnes tenaient en effet à garder à proximité de chez elles les variétés qui se distinguaient par des qualités gustatives exceptionnelles. Dans un tissu social où les liens de solidarité étaient très forts, la diffusion des variétés des plantations industrielles aux jardins familiaux était aisée. La consommation de canne de bouche retrouve progressivement une certaine place dans la culture locale, avec le développement de la vente sur les marchés. FAHRASMANE et GANOU-PARFAIT (1997) le signalent ainsi : « La culture de la canne est d'abord une culture vivrière, à très petite échelle, dont le produit se consomme par succion et mâchonnement de morceaux de tiges, afin d'en extraire directement dans la bouche le jus sucré. [...] Cette forme de consommation de cannes, choisies pour leur tendreté en bouche, réapparaît aux Antilles françaises. »

D'autre part, leurs qualités thérapeutiques faisant des cannes des plantes médicinales. A ce titre, CHAUVIN (1983) rapporte que les anciens signalent ainsi une multitude de vertus du jus, des racines, des feuilles et des tiges, toutes indications à prendre avec réserve, et variables selon les variétés.

- Le jus est connu pour être un puissant aphrodisiaque. Recueilli au sortir des presses, il facilite les accouchements, en activant les contractions utérines. Il s'agit aussi d'un diurétique, d'un antiseptique et d'un cicatrisant puissant à mettre sur les plaies et ulcères. De plus, la canne rôtie et immédiatement écrasée est excellente en cas de diarrhée chronique et contre le rhume. Le bain de guildive serait étonnant pour les paralytiques ou, au moins, les rhumatisants.
- Les racines en tisane facilitent la lactation. En décoction, elles sont diurétiques. Ecrasées et mêlées à du vinaigre, elles donnent un bon cataplasme pour le mal de dos. Mâchées, elles sont appliquées pour extraire de la peau les échardes, aiguillons d'insectes, piquants d'oursins.
- Les feuilles sèches, en décoction, soulagent les douleurs de la mixtion urinaire. Mâchées, elles s'appliquent sur les inflammations de la peau.
- Les cendres d'épiderme de la tige, mêlées à du vinaigre, seraient un remède de la teigne.

Enfin, de par ses qualités agronomiques, la canne à sucre est une plante amélioratrice de la fertilité des sols, sur le plan physique, chimique et biologique. Ces qualités agronomiques, exposées au chapitre 6 (dimension environnementale), étaient pressenties empiriquement par les petits cultivateurs ; de sorte que la canne est traditionnellement utilisée pour établir des rotations avec les cultures maraîchères et vivrières dans les jardins créoles.

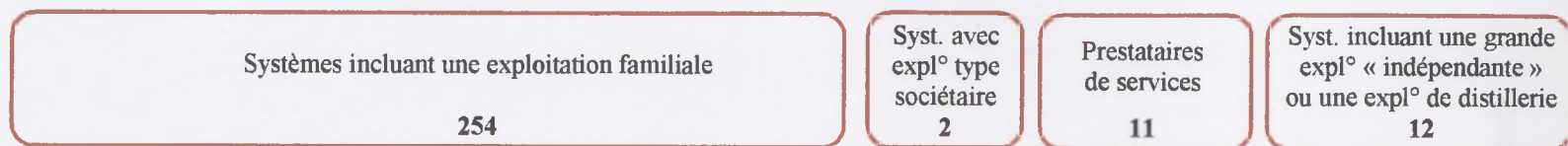
Désignation	Topographie défavorable Zone A		Topographie défavorable Zone B		Topographie favorable Zone A		Topographie favorable Zone B	
	Pluviométrie < 2 000 mm		Pluviométrie > 2 000 mm		Pluviométrie < 2 000 mm		Pluviométrie > 2 000 mm	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Canne à sucre	66,68 € 437,40 F	102,22 € 670,50 F	102,22 € 670,50 F	153,32 € 1 005,73 F	115,67 € 758,74 F	173,50 € 1 138,11 F	161,94 € 1 062,24 F	178,88 € 1 173,35 F
Majoration pour l'irrigation :	63,88 €/ha 419,00 F/ha							
Elevage	61,25 € 401,80 F	91,88 € 602,70 F	76,57 € 502,25 F	122,51 € 803,60 F	76,57 € 502,25 F	122,51 € 803,60 F	76,57 € 502,25 F	183,70 € 1 205,00 F
Majoration pour l'irrigation :	107,17 €/ha 703,00 F/ha							
Banane	163,27 € 1 071,00 F	163,27 € 1 530,21 F	233,28 € 1 377,20 F	209,95 € 2 142,30 F	326,59 € 1 224,17 F	186,62 € 1 836,25 F	279,93 € 1 836,25 F	279,93 € 3 825,55 F
Majoration pour l'irrigation :	116,62 €/ha 765,00 F/ha							
Arboriculture fruitière	138,65 € 909,50 F	138,65 € 1 284,00 F	195,74 € 1 177,00 F	179,43 € 1 819,00 F	277,30 € 1 016,50 F	154,96 € 1 551,50 F	236,52 € 1 551,50 F	236,52 € 3 210,00 F
Majoration pour l'irrigation :	97,87 €/ha 642,00 F/ha							
Cultures maraîchères	146,35 € 960,00 F	146,35 € 1 320,00 F	201,23 € 1 200,00 F	182,94 € 1 920,00 F	292,70 € 1 080,00 F	164,64 € 1 920,00 F	292,70 € 1 920,00 F	292,70 € 2 880,00 F
Majoration pour l'irrigation :	100,62 €/ha 660,00 F/ha							
Autres spéculations	Minimum	Maximum						
Ananas	284,57 € 1 866,66 F	569,12 € 3 733,20 F						
Cultures florales	423,05 € 2 775,00 F	846,09 € 5 550,00 F						
Melon	609,80 € 4 000,00 F	990,92 € 6 500,00 F						

Annexe 2.14 : Valeur locative des terres agricoles pour l'année 1999
(valeur par ha et par an)

D'après : DAF, Service de l'Economie agricole.

Arrêtés préfectoraux n°85-223 du 25/01/85 - 96-1267 du 18/06/96 - modifié par arrêté n°97-1706 du 25/07/97

Annexe 2.15 : Répartition par type de système d'activités : nombre d'enquêtes réalisées et extrapolation à la population des 276 planteurs
 – par référence à la classification présentée au chapitre III : cf. fig. 12, p. 128 ; tab. 17, p. 127 ; tab. 20, p. 156 –



Types de syst. d'activités	A1	B1	A2	A3	A4	B2	B3	C1	C2	D1	D2
Nombre d'enquêtes (40)	3	2	3	2	4	5	2	5	2	6	6

☛ Répartition des 245 « petits » planteurs dont livraisons < 500 t – Surface en canne < 5 ha – 89% population et 15% production

→ 79 colons de l'EAG	28 (35,4%)		36 (45,6%)		15 (19%)						
→ 7 autres fournisseurs usine (*)		3 (42,9%)	2 (28,6%)		2 (28,6%)						
→ 159 petits fournisseurs de dist.	97 (61,0%)	10 (6,3%)		15 (9,4%)	5 (3,1%)	32 (20,1%)					

☛ Répartition des 13 « petits-moyens » planteurs dont livraisons : [500 ; 1500 t] – Surface en canne entre 5 et 25 ha – 4,5% population et 6% production

→ 6 fournisseurs de sucrerie (*)						4 (66,7%)	1 (16,7%)	1 (16,7%)			
→ 7 fournisseurs de distilleries						2 (28,6%)	1 (14,3%)	3 (42,9%)	1 (14,3%)		

☛ Répartition des 18 « moyens » et « grands » planteurs (**) dont livraisons ≥ 5 000 t [– Surface en canne > 25 ha – 6,5% population et 79% production

→ 9 planteurs dont livr. : [1 500 ; 5 000 t] (Surf. entre 25 et 80 ha)								5 (55,6%)		3 (33,3%) dont : Neisson, La Mauny	1 (11,1%) Expl° Bellevue (dist. Crassous)
→ 9 plrs dont livr. ≥ 5 000 t (Surf de 80 à plus de 400 ha)									1 (11,1%)	3 (33,3%) dont : Trois-Rvres	5 (55,6%) EAG, EAMP, SMCS, Lapalun, Gaigneron

☛ Répartition au sein de la filière canne en 2001

Estimation nbre / type syst. act.	125	13	38	15	22	38	2	9	2	6	6
% population (276 planteurs)	45,3%	4,7%	13,8%	5,4%	8,0%	13,8%	0,7%	3,3%	0,7%	2,2%	2,2%
Répartition tonnage 2001 / type	14 586 t	1 749 t	5 588 t	1 636 t	3 130 t	8 910 t	1 875 t	17 537 t	16 242 t	53 755 t	78 726 t
% tonnage (203 732,85 t)	7,2%	0,9%	2,7%	0,8%	1,5%	4,4%	0,9%	8,6%	8,0%	26,4%	38,6%

Tendances évolutives (nombre)	↘++	↘+	↘	↘-	↗	↗+	↗	↗-	→	→	→
-------------------------------	-----	----	---	----	---	----	---	----	---	---	---

↘ décroissance ; → stable ; ↗ croissance
 - : tendance légère ; + ou ++ : tendance forte à très forte

D'après : Enquêtes 1999-2002.
 (*) Livraisons également en distilleries agricoles, selon le prestataire / (**) Orientation variable des livraisons : surtout en dist. pour les exploitations intégrées à la transformation, surtout en sucrerie pour l'EAG, double pour les autres.

Annexe 2.16 : Schéma de fonctionnement des types de systèmes d'activités

D'après : Etudes & Enquêtes 1999-2002

Groupe	Type	Page
A	A1 – Les « traditionnels »	LX
	A2 – Les « jobeurs ».....	LXI
	A3 – Les « débrouillards ».....	LXII
	A4 – Les « battants »	LXIII
B	B1 – Les « fidèles »	LXIV
	B2 – Les « audacieux ».....	LXV
	B3 – Les « attentistes ».....	LXVI
C	C1 – Les prestataires « opportunistes »	LXVII
	C2 – Les prestataires « innovateurs »	LXVIII
D	D1 – Les « intégrés »	LXIX
	D2 – Les « privilégiés ».....	LXX

Type A1

Les « traditionnels »

Appareil de production et famille :

Age chef d'exploitation : ~ âgé (> 50-60 ans)
 Pas d'enfants en bas âge
 Qualification : ~ faible
 Surface en canne : 0,50-1,50 ha
 Surface totale exploitation < 1-2 ha
 Tenure foncière : propriété ou mise à disposition d'une terre familiale (informelle) ou colonat.

Histoire de la famille :

- Histoire familiale rattachée à la canne (anciens employés d'exploitation ou d'usine, de même que parents)
- Canne a contribué par le passé de façon conséquente au revenu familial
- Installation en canne : plus de 10 ou 20 ans.
- Connaissance empirique de la culture.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : assurer un revenu annexe garanti en complément d'autres revenus (rev. sociaux, retraite, job).
- Dim. env. : favoriser l'autonomie agronomique de l'exploitation par une complémentarité entre spéculations
- Dim. soc. : avoir couverture sociale, assurer la retraite, rester fidèle à la canne, limiter pénibilité du W, bénéficier du « statut social de planteur ».
- Dim. fonc. : « marquer la terre », dans l'attente d'autres projets.

Contraintes :

- Topo. svt accidentée, surf. limitée
- Force de W réduite
- Bail pour les colons (10% du chiffre d'affaires à reverser)
- Isolement géogr. ou dépendance des colons vis-à-vis de l'EAG

Atouts :

- Disponibilité en temps de W
- Temps libre permettant de se consacrer à d'autres activités
- Pas de pression en terme de trésorerie, faible investismnt
- Rel° de fidélisation avec dist. ou adhésion à CUMA.

Stratégie :

<ul style="list-style-type: none"> - Canne (livrée à unité industrielle la plus proche : distillerie agricole ou usine du Galion) → spéculation principale de l'exploitation (~ 90% surface totale) Culture maraîchère-vivrière, surtout pour l'autoconsommation 	<u>Choix des spéculations & des activités</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Conduite assez extensive, avec peu d'intrants, à dominante manuelle. - Cycle long (souvent > 10 ans), variétés anciennes, souvent rustiques, en mélange. - Extirpation manuelle privilégiée (économie + valorisation comme fourrage). - Coupe manuelle en vert, avec personnel familial ou embauche informelle (jobeurs). - Ramassage manuel ou mécanisé (cane-loader) par dist. (chef de file) ou prestataire privé. - Mobilisation pour la coupe et l'entretien : peu de temps investi → 1,29 mois/ ha de canne en mode I : soit < 1-2 mois sur l'année pour type A1. 	<u>Choix mode de conduite & pratiques</u> Mode I

Résultats agro-technologiques pour canne :

- Rendement assez faible ~ 50-60 t/ha
- Bonne qualité des livraisons, si pas de problème de ramassage et si potentiel variétal intéressant (parfois Canne créole).

Revenu moyen canne : ~ 2 500 €/ha (16 200 F), à 50 t/ha.

RD annuel faible : ~ 1 200 à 3 700 €, pour 0,5 à 1,5 ha (~ 8 100 à 24 300 F).
 Couverture seuil de viabilité : 12,5 à 37%
 Productivité travail : 7 €/h (45 F) ou 2 105 €/mois W (13 810 F).
 Rôle accessoire défini (petits investissements annuels).

Perspectives :

- Pas d'amélioration envisagée (résultats en adéquation avec les objectifs), sinon adaptation de la surface : raisonnée en fonction de la force de travail familiale.
- Terre familiale : projet de déclassement à terme pour la construction et/ou la vente.
- Terre de l'EAG en colonat : perspective de redistribution à d'autres colons (tendance à l'installation sur des surfaces minimales de 2,5 à 3 ha).

Type A2**Les « jobeurs »****Appareil de production et famille :**

Age chef d'exploitation : ~ 30-45 ans.
 Famille avec enfants en bas âge.
 Qualification : ~ moyenne.
 Surface en canne < 2-3 ha.
 Surface totale exploitation ~3-4 ha.
 Tenure foncière : surtout colonat (EAG) pour la canne + petite propriété familiale.

Histoire de la famille :

- Histoire familiale rattachée à la canne (parents colons).
- Apprentissage comme aide familial avant installation en canne, assez récente (<5-10 ans).
- Connaissance empirique de la culture.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activité

- Dim. éco. : assurer un revenu complémentaire stratégique avec la canne, combiné avec la vente de produits agricoles et des « jobs » divers, selon les opportunités du milieu, pour répondre aux besoins de trésorerie.
- Dim. env. : favoriser l'autonomie agronomique de l'expl^o par complémentarité entre spéculat^o végétales et autres.
- Dim. soc. : avoir une couverture sociale, assurer la retraite, bénéficier du « statut social de planteur ».
- Dim. fonc. : pas de maîtrise du foncier en colonat à l'échelle du planteur.

Contraintes :

- Topo. svt accidentée, surface limitée.
- Besoins de trésorerie pressants.
- Bail pour les colons (10% chiffre d'affaires)
- Isolement géogr. ou dépendance des colons
- Etalement du paiement des cannes livrées à l'usine du Galion.

Atouts :

- Temps libre permettant de se consacrer à d'autres activités.
- Faible investissement.
- Adhérent CUMA de Malgré-Tout
- Encadrement par la Chambre d'agriculture et liens avec EAG.

Stratégie :

- Canne (livrée à 100% à l'usine du Galion)
→ ~60% surf. totale, mais temps de travail en canne < 50%.
- Culture maraîchère-vivrière et petit élevage (1 ou 2 bœufs « au piquet », lapins, porcs, etc.), pour l'autoconsommation et la vente.
- Pluriactivité, surtout sous formes de jobs très variés (parfois même pour autre planteur).
- Conduite se rapprochant des recommandations techniques, avec économies en intrants.
- Cycle assez long (~ 8 ans ou plus), avec une reprise d'exploitation récente.
- Variété : généralement la B 59.92, avec quelques anciens clones en mélange.
- Extirpation manuelle partielle (valorisation des adventices comme fourrage).
- Gestion des traitements herbicides et des apports d'engrais variables selon disponibilité / jobs en inter-campagne.
- Coupe manuelle en vert, souvent en binôme, avec personnel familial.
- Ramassage mécanisé (cane-loader) par la CUMA.
- Mobilisation pour la coupe et l'entretien : 2 mois et demi à 4 mois sur l'année.

Choix des spéculations & des activités

Choix mode de conduite & pratiques

Mode I

Résultats agro-technologiques pour la canne :

- Rendements moyens ~ 60-65 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle.
- Assez bonne qualité des livraisons, si pas de problème de ramassage ou de gestion de la coupe.

Revenu canne : ~2 800 €/ha (18 600 F) à 60 t/ha.

RD annuel : ~4 700 à 7 100 €, avec 2 ou 3 ha (~31 000 à 46 500 F).

Couverture du seuil de viabilité : 48 à 72%.

Productivité travail : 8 €/h (52F) ou 2 200 € (~14 420 F)/mois.

Rôle complémentaire dans système d'activités.

Perspectives :

- Augmentation productivité si meilleure motivation économique (en rapport avec mode de paiement des cannes livrées à l'usine du Galion).
- Evolution vers type A4 (plus fort investissement dans la canne, moins de pression en terme de trésorerie) quand les enfants grandissent et que la culture est mieux maîtrisée, ou retour vers A1.

Type A3**Les « débrouillards »****Appareil de production et famille :**

Age chef d'exploitation variable : ~ 30-55 ans.
Réseau familial soudé.
Qualification : ~ moyenne.
Surface en canne < 2-4 ha.
Surface totale exploitation ~3-5 ha.
Tenure foncière : propriété, terre fam. ou colonat (SMCS ou Mauny).

Histoire de la famille :

- Histoire familiale rattachée à la canne, à travers une grande expl^o cannière ou entreprise de transf^o.
- Compétence familiale + valorisation des compétences acquises dans le cadre de l'activité salariée.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activité

- Dim. éco. : assurer un revenu complémentaire stratégique avec la canne, parallèlement à une activité salariée stable du chef d'exploitation dans la filière, activité valorisée pour réduire les coûts de production.
- Dim. env. : pas prioritaire.
- Dim. soc. : gestion du temps de travail en famille, en dehors des heures salariées, en recherchant équilibre entre productivité de la terre et du travail.
- Dim. fonc. : terre familiale valorisée par la canne, mais sans garantie sur la succession ; marquage de la terre, surtout en cas de situation de « colons » (fournisseurs de distilleries)-salariés.

Contraintes :

- Topo. svt accidentée.
- Surf. moyenne (pour un « petit planteur »).
- Peu de temps pour la culture du fait de l'activité salariée.

Atouts :

- Faible investissement.
- Valorisation des relations avec grande exploitation ou dist. pour gérer les travaux (matériel) : nombreux avantages.
- Si colons de distilleries (SMCS, La Mauny) : colonat considéré comme une « prime » → coût de production optimum.

Stratégie :

- Canne (livrée à 100% à la distillerie la plus proche)
→ ~75 à 90% surf. totale, mais temps de travail en canne < 10%.
- Culture maraîchère-vivrière et petit élevage (1 ou 2 bœufs « au piquet », lapins, porcs, etc.), pour l'autoconsommation et la vente.
- Activité salariée permanente + jobs éventuels.

Choix des activités & des spéculations

- Conduite se voulant proche des recommandations techniques, avec un transfert des techniques observée sur la grande exploitation cannière voisine ; mais quelques écarts à la norme liés à la gestion du temps de travail.
- Cycle assez long (~ 8 ans ou plus).
- Variété : généralement la B 59.92 ou introduction de nouveaux clones.
- Coupe manuelle en vert, souvent en binôme, avec personnel familial.
- Ramassage mécanisé (cane-loader), souvent avec matériel « chef de file », à moindre coût.
- Mobilisation pour la coupe et l'entretien : variable selon organisation familiale du travail.

Choix mode de conduite & pratiques

Mode I

Résultats agro-technologiques pour la canne :

- Rendements moyens à bons ~ 65-70 t/ha selon gestion entretien et potentialité parc.
- Assez bonne qualité des livraisons, si pas de problème de ramassage ou gestion coupe.

Revenu canne : ~4 150 € (27 200 F) à 70 t/ha.

RD annuel : ~8 300 à 16600 € avec 2 ou 4 ha de canne (~54 411 à 108 823 F).

Seuil de viabilité couvert à 41% avec 1 ha.

Productivité W : 12 €/h (76 F) ou 3 215 € (21 090 F) / mois W.

Rôle complémentaire stratégique dans système d'activités.

Perspectives :

- Système assez stable, mais dépendant de la relation entre le planteur et son employeur
- Perspective à terme de cession d'activité après le départ à la retraite du chef d'exploitation : meilleure valorisation de la terre au sein de la famille, soit par une autre spéculation agricole, soit – plus probablement – pour construire et/ou vendre.

Type A4**Les « battants »****Appareil de production et famille :**

Age chef d'exploitation : ~ 25-40 ans ou > 55 ans.
 Célibataire ou famille sans enfant en bas âge généralement.
 Qualification : ~ moyenne à bonne.
 Surface en canne ~ 2,5 à 6 ha.
 Surface totale exploitation ~ 3,5-8 ha.
 Tenure foncière : surtout colonat (EAG) pour la canne + petite propriété familiale.

Histoire de la famille :

- Histoire familiale rattachée à la canne (parents colons).
- Apprentissage comme aide familial avant installat° en canne, assez récente (<5-10 ans).
- Compétences empiriques acquises, enrichies par volonté personnelle de formation.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activité

- Dim. éco. : maximiser le revenu issu de la canne, pilier du système d'activités, soutenu par jobs en inter-campagne et petite diversification des spéculations agricoles.
- Dim. env. : reproductibilité des facteurs de production en intensifiant cult. canne et complémentarité entre act.
- Dim. soc. : Investissement important en temps de travail, pour la recherche d'un revenu élevé, synonyme de situation sociale plus confortable.
- Dim. fonc. : pas de maîtrise du foncier en colonat à l'échelle du planteur.

Contraintes :

- Topo. svt accidentée.
- Surf. canne = contrainte forte pour la coupe.
- Mobilisation importante pdt la campagne.
- Bail pour les colons (10% chiffre d'affaires).
- Dépendance des colons vis-à-vis de l'EAG.

Atouts :

- Importante force de travail.
- Faible investissement.
- Adhérent CUMA Malgré-Tout.
- Encadrement par la Chambre d'agriculture et liens avec EAG.

Stratégie :

- Canne (livrée à 100% à l'unité la plus proche : surtout usine du Galion ou distillerie → ~75 à 90% surf. totale, temps de travail en canne > 50%)
- Culture maraîchère-vivrière et petit élevage (1 ou 2 bœufs « au piquet », lapins, porcs, etc.), pour l'autoconsommation et la vente.
- Activités complémentaires au sein du système d'activité : emploi salarié du chef d'exploitation ou conjoint(e), jobs en inter-campagne, petite entreprise artisanale.
- Conduite très proche des recommandations techniques.
- Cycle assez court (~ 6-8 ans).
- Variété : généralt la B 59.92 ou choix d'autres clones très productifs et rustiques (B 80.08)
- Coupe manuelle en vert, seul(e) ou en binôme, avec personnel familial
- Ramassage assuré par la CUMA (colons EAG) ou un prestataire privé, avec chargement manuel (tonnes chargées), semi-mécanisé (RAC) ou de plus en plus mécanisé (cane-loader)
- Mobilisation pour la coupe et l'entretien : 4 mois à 6 mois pleins, avec recours obligatoire à de l'aide (familiale ou autre) pour la coupe au-delà de 3-4 ha

Choix des spéculations et des activités**Choix mode de conduite & pratiques****Mode I****Résultats agro-technologiques canne :**

- Rendements élevés ~ 75-90 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle
- Bonne qualité des livraisons, si pas de problème de ramassage ou de gestion coupe

Revenu canne : 3 950 €/ha (25 910 F)

RD annuel : ~ 9 875 à 23 700 €, pour 2,5 à 6 ha canne
 (~ 64 775 à 155 500 F)

Seuil de viabilité pratiquement couvert à 100% avec 2,5 ha
 Productivité W : 11 €/h (72 F) ou 3 062 €/mois W (20 086 F)
 Rôle de la canne essentiel dans le système d'activités

Perspectives :

- Augmentation surface cannière si disponibilité en terre, avec recours à personnel extérieur.
- Recherche amélioration productivité de la terre et du travail, en valorisant l'évolution techniques culturales (très ouverts aux formations) : intensification des spéculations.
- Transmissibilité inter-générationnelle : du registre du propriétaire foncier, en cas de colonat, ou compromise par spéculation foncière (en cas de location ou terre familiale).

Type B1

Les « fidèles »

Appareil de production et famille :

Age chef d'exploitation : ~ âgé (> 50-60 ans).
 Pas d'enfants en bas âge.
 Qualification générale : très bonne.
 Surface en canne : 2 à 5 ha.
 Surface totale exploitation ~ surf en canne.
 Tenure foncière : propriété.

Histoire de la famille :

- Histoire familiale rattachée à la canne ou « fibre affective » (idéologique) à la culture.
- Retraités, anciens cadres de la filière canne, ou issus du fonctionnariat.
- Installation en canne : plus de 10 ou 20 ans.
- Compétences faiblement valorisées pour la canne, avec recours à la prestation.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : assurer un revenu annexe garanti en complément d'autres revenus (retraite, revenu immobilier, etc.).
- Dim. env. : pas prioritaire.
- Dim. soc. : rester fidèle à la canne, limiter pénibilité du W, apporter sa contribution au maintien de la filière.
- Dim. fonc. : occuper la terre plutôt que de la laisser en friche, dans l'attente d'autres projets.

Contraintes :

- Topo. svt accidentée, surf. limitée.
- Force de W réduite.
- Isolement géographique.
- Dépendance vis-à-vis du prestataire.

Atouts :

- Pas de pression en terme de trésorerie, faible investismnt.
- Valorisation de la terre avec un minimum d'investissement en travail.

Stratégie :

- Canne (livrée en sucrerie ou distillerie, selon localisation et prestataire)
 → spéculation principale (~ 90 à 100% surf.)
 → très peu de temps investi dans la culture.
- Retraite ou autres activités hors exploitation.
- Conduite proche des recommandations techniques, selon compétences et stratégie du prestataire, ainsi que selon les conditions de culture.
- Cycle assez court (~6-8 ans).
- Variété : généralement la B 59.92 ou choix de clones rustiques.
- Réc. semi-méc., en prestat° : coupe à la tonne ou à la toise, en cannes brûlées ou non (selon la région et le prestataire), ramassage au cane-loader.
- Entretien assuré par personnel familial ou plus souvent par recours à des employés informels (jobeurs), en cas de recours à la prest° part. ou par prestataire privé en cas de recours à prest° totale.
- Mobilisation : 108 h/ha pour l'entretien en cas de prestation partielle.

Choix des spéculations & des activités

Choix modes de conduite & pratiques

Mode II
 en prestation partielle ou totale

Résultats agro-technologiques pour canne :

- Rendements satisfaisants ~ 70 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle.
- Qualité des livraisons moyenne à bonne, si pas de problème de ramassage ou de gestion de la coupe.

Revenu moyen canne : ~1 700 à 670 €/ha (11 100 F à 4 400 F), à 70 t/ha en prest° partielle ou totale.

RD annuel : ~3 400 à 8500 € en prest° partielle, avec 2 ou 5 ha (~22 200 à 55 500 F)

~1 300 à 3400 € en prest° totale, avec 2 ou 5 ha (~8 800 à 22 000 F).

Couverture seuil de viabilité très variable : de 7 à 85%.

Productivité du travail : 16 €/h (103 F) en prest° partielle.

Rôle accessoire défini (petits investissements annuels).

Perspectives :

- Si prestation satisfaisante, pas d'amélioration envisagée (résultats en adéquat° avec objectifs).
- Projet de déclassement à terme pour la construction et/ou la vente.

Type B2

Les « audacieux »

Appareil de production et famille :

Age chef d'exploitation : 30-50 ans.
 Famille à charge ou pas.
 Qualification générale : moyenne à bonne.
 Surface en canne : 3 à 20 ha.
 Surface totale exploitation ~3 à 20 ha.
 Tenure foncière : propriété (et/ou locataire).

Histoire de la famille :

- Pas forcément d'attache proche à la canne.
- Parfois néo-ruraux : les deux conjoints agriculteurs ou un agriculteur et l'autre salarié (dans le privé ou public).
- Installation en canne : variable (de moins de 1 ans à plus de 20 ans).
- Compétences en gestion valorisées pour le suivi de la production et compétences techn. pour l'entretien de la cult.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : assurer un revenu complémentaire stratégique, voire essentiel dans le système d'activités en complément d'autres revenus (salaire conjoint/te, autres revenus agricoles, jobs éventuels), avec une surface en canne assez importante (par rapport aux « petits planteurs »).
- Dim. env. : favoriser l'autonomie agronomique de l'exploitation, avec la complémentarité entre spéculations.
- Dim. soc. : gérer le temps de travail en limitant la pénibilité.
- Dim. fonc. : Valoriser au mieux son capital terre, en fonction de sa disponibilité en force de travail.

Contraintes :

- Topo. svt accidentée.
- Surf devenant importante à gérer pour la coupe.
- Dépendance vis-à-vis du prestataire.

Atouts :

- Pas de pression en terme de trésorerie.
- Liberté pour choix spéculations.

Stratégie :

- Canne (livrée en sucrerie ou distillerie, selon localisation et prestataire)
 → spéculation principale (~ 40 à 90% surf.)
 → peu de temps investi dans la culture.
- Autres activités agricoles plus ou moins développées (banane, cultures vivrières et maraîchères, élevage) pour commercialisation et auto-consommation.
- Projet hors exploitation : activité salariée fréquente (hors mode rural).
- Conduite proche des recommandations techniques, selon compétences et stratégie du prestataire, ainsi que selon les conditions de culture.
- Cycle assez court (~6-8 ans).
- Variété : généralement la B 59.92 ou choix de clones rustiques.
- Réc. semi-méc., en prestat° : coupe à la tonne ou à la toise, en cannes brûlées ou non (selon la région et le prestataire), ramassage au cane-loader.
- Entretien assuré par personnel familial ou complément avec des employés informels (jobeurs).
- Mobilisation : 108 h/ha pour l'entretien en mode II (prestation partielle).

Choix des spéculations & des activités**Choix modes de conduite & pratiques****Mode II en prestation partielle****Résultats agro-technologiques pour la canne :**

- Rendements satisfaisants ~ 70-75 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle.
- Qualité des livraisons moyenne à bonne, si pas de problème de ramassage ou de gestion de la coupe.

Revenu moyen canne : ~1 800 €/ha (11 900 F), à 75 t/ha.

RD annuel : ~ 5 400 à 36 3 €, avec 3 ou 20 ha
 (~ 35 700 à 238 000 F).

Couverture seuil de viabilité très variable : 55% avec 3 ha.
 Productivité du travail : 17 €/h (110 F) en prest° partielle.
 Rôle complémentaire stratégique, voire essentiel.

Perspectives :

- Adaptation de la surface en canne à la gestion du personnel familial et de la prestation.
- Si prestation satisfaisante, pas d'améliorat° envisagée (résultats en adéquat° avec objectifs, système d'activité stable) ou volonté d'augmenter la surface si disponibilité en terre.
- Reprise de l'exploitation par les enfants non garantie à terme.

Type B3**Les « attentistes »****Appareil de production et famille :**

Age chef d'exploitation : très variable.
 Famille à charge ou pas.
 Qualification générale : moyenne à très bonne.
 Surface en canne : 10 à 70 ha.
 Surface totale exploitation ~10 à > 100 ha.
 Exploitation de type sociétaire.
 Tenure foncière : propriété.

Histoire de la famille :

- Pas forcément d'attache proche à la canne, mais histoire familiale liée à la production et l'industrie de la canne.
- Propriétaire de terre autrefois en canne (même dans un passé lointain).
- Compétences en gestion valorisées pour le suivi de la production.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : assurer un revenu complémentaire par rapport à une activité stable déjà structurée (salaire, entreprise, autres revenus agricoles, etc.), en tirant partie des opportunités qui se présentent dans la filière.
- Dim. env. : assurer la reproductibilité des facteurs de production (éviter brûlage en zone sèche).
- Dim. soc. : limiter le temps consacré à la production de canne.
- Dim. fonc. : ne pas laisser terre en friche, la valoriser, éviter l'occupation des terres par autrui..

Contraintes :

- Terres souvent situées dans le Sud, avec de faibles potentialités agronomiques : difficiles à valoriser sans irrigation pour autre spéculation que canne (ou élevage extensif).
- Dépendance vis-à-vis du prestataire.

Atouts :

- Disponibilité en terres (mécanisables)
- Temps libre permettant de continuer à se consacrer à d'autres activités.
- Pas de press° / trésorerie : rev. extr garanti.
- Investissement limité.

Stratégie :

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Canne (livrée en sucrerie ou distillerie, selon localisation et prestataire) → spéculation principale (~ 40 à 90% surf.). - Autres activités agricoles plus ou moins développées (banane, cultures vivrières et maraîchères, élevage) pour commercialisation. - Projet hors exploitation : activité salariée fréquente (hors mode rural). | Choix des spéculations & des activités |
| <ul style="list-style-type: none"> - Conduite proche des recommandations techniques, selon compétences et stratégie du prestataire, ainsi que selon les conditions de culture. - Cycle assez court (~6-8 ans). - Variété : généralement la B 59.92 ou choix de clones rustiques. - Réc. semi-méc., en prestat° : coupe à la tonne ou à la toise, en cannes brûlées ou non (selon la région et le prestataire), ramassage au cane-loader. / ou récolte mécanisée. - Entretien assuré des salariés ou par le prestataire de services (si prest° totale). - Mobilisation personnelle du chef d'exploitation : très faible. | Choix modes de conduite & pratiques |
| | Mode II en prestation partielle (ou totale) |

Résultats agro-technologiques canne :

- Rendements satisfaisants ~ 70-75 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle (parfois limitée dans le Sud).
- Qualité des livraisons moyenne à bonne, si pas de problème de ramassage ou de gestion de la coupe.

Revenu moyen canne : ~1 700 €/ha (11 100 F), à 70 t/ha en prestation partielle.

RD annuel : très variable selon surface.
 Couverture seuil de viabilité très variable : 55% avec 3 ha.
 Mais revenu total du système d'activités > seuil de viabilité.
 Productivité du travail : difficile à évaluer, vu le faible investissement en temps dans la culture.
 Rôle complémentaire, plus ou moins important selon surf. cultivée.

Perspectives :

- Si prestation satisfaisante, augmentation possible de la sole cannière de l'exploitation en fonction de la disponibilité en terre et des opportunités offertes par la filière (demande croissante en canne, marché et prix garantis).
- Reprise de l'exploitation par les enfants non garantie à terme. Culture très conjoncturelle.

Type C1**Les prestataires « opportunistes »****Appareil de production et famille :**

Age chef d'exploitation : variable.
 Famille à charge ou pas.
 Qualification générale : variable.
 Surface en canne : variable (de 5 à > 40 ha).
 Surface totale exploitation ~ surf. en canne.
 Exploitation de type sociétaire.
 Tenure foncière : propriété (et éventuellement location de parcelles complémentaires).

Histoire de la famille :

- Pas forcément d'attache proche à la canne, mais histoire familiale liée à la production et l'industrie de la canne.
- Début fréquent dans la canne comme planteur avant installation comme prestataire.
- Selon les planteurs, compétences techniques et comptables valorisées.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : valoriser doublement équipement (comme planteur et prestataire) et assurer avec la canne un revenu complémentaire stratégique dans le syst. d'activités, en tirant profit des opportunités (augmentation de la demande en canne, retrait des distilleries comme chef de file, isolement des petits planteurs, récupération et « bricolage » éventuel de cane-loader pour limiter les coûts, etc.).
- Dim. env. : assurer la reproductibilité des facteurs de production (éviter brûlage en zone sèche).
- Dim. soc. : revendication fréquente du statut de « chef de file », contribution (parfois) au maintien et à l'encadrement de petits planteurs aux alentours.
- Dim. fonc. : développer prestation sur la plus grande surface possible, d'où incitation d'autres propriétaires fonciers à mettre leur terre en canne.

Contraintes :

- Investissement plus ou moins lourd : à rentabiliser sur le plus grand nbre de clients.
- Concurrence de plusieurs prestataires sur certaines régions.
- Parc. svt dispersées, empierrées, accidentées.

Atouts :

- Complémentarité entre production et activité de prestation.
- Marché cannier en augmentation et installation récente de plusieurs planteurs demandeurs de prestations.

Stratégie :

- Canne (livrée à l'unité la plus proche : en distillerie et/ou en sucrerie, selon localisation parc.) → spéculation principale sur l'exploitation (~ 80-100% surf.).
- Entreprise de prestation : complémentarité avec activité de planteur.
- Autres activités agricoles plus ou moins développées (banane, cultures vivrières et maraîchères, élevage) pour auto-consommation ou commercialisation.

Choix des spéculations & des activités

- Conduite plus ou moins proche des recommandations techn., selon compétences et cond° cult.
- Cycle assez court (~6-8 ans) - Variété : généralement la B 59.92 ou choix de clones rustiques.
- Réc. semi-méc. : coupe à la tonne ou à la toise, cannes brûlées ou non, ramassage cane-loader.
- Valorisation personnel pour ses parcelles et pour activité de prestataire de service.

Choix modes de conduite & pratiques
Mode III

Résultats agro-technologiques canne :

- Rendements satisfaisants ~ 70-75 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle (parfois limitée dans le Sud).
- Qualité des livraisons moyenne à bonne, si pas de problème ramassage ou de gestion de la coupe.

Revenu moyen canne : ~810 €/ha (5 300 F), à 75 t/ha.

RD annuel : très variable selon surface.
 Couverture seuil de viabilité très variable : 8% avec 1 ha.
 Mais revenu total du système d'activités > seuil de viabilité
 Productivité du travail : 3 €/h (17 F), mais valorisation du personnel et du matériel par activité de prestataire.
 Rôle complémentaire, plus ou moins important selon surf cultivée.

Perspectives :

- Augmentation surf. plantée en fonction de la disponibilité en terre et des opportunités offertes par la filière (demande croissante en canne, marché et prix garantis).
- Reprise de l'exploitation par les enfants non garantie à terme.

Type C2**Les prestataires « innovateurs »****Appareil de production et famille :**

Age chef d'exploitation : 40-50 ans.
 Famille à charge.
 Qualification générale : très bonne.
 Surface en canne : de 20 à 100 ha.
 Surface totale exploitation ~ surf. en canne.
 Exploitation de type sociétaire.
 Tenure foncière : propriété (et éventuellement location de parcelles complémentaires).

Histoire de la famille :

- Pas forcément d'attache proche à la canne, mais histoire familiale liée à la production et l'industrie de la canne.
- Début dans la canne comme planteur avant installation comme prestataire.
- Compétences techniques et comptables valorisées, avec sens de l'innovation.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : valoriser doublement équipement (comme planteur et prestataire) et assurer avec la canne un revenu complémentaire stratégique dans le syst. d'activités, en tirant profit des opportunités (augmentation de la demande en canne, retrait des distilleries comme chef de file, isolement des petits planteurs).
- Dim. env. : favoriser la reproductibilité des facteurs de production (éviter brûlage en zone sèche).
- Dim. soc. : rôle de « chef de file », contribution au maintien et encadrement de petits planteurs aux alentours. → rôle stratégique de plus en plus important dans la filière canne et le monde agricole martiniquais.
- Dim. fonc. : développer prestation sur la plus grande surface possible, d'où incitation d'autres propriétaires fonciers à mettre leur terre en canne.

Contraintes :

- Investissement très lourd : à rentabiliser sur la plus grande surface possible.
- Parc. svt dispersées, empierrées, accidentées : pas toutes accessibles avec récolteuse.

Atouts :

- Complémentarité entre production et activité de prestation.
- Marché cannier en augmentation et installation récente de plusieurs planteurs demandeurs de prestations.
- Coût de production réduit.

Stratégie :

- Canne (livrée à l'unité la plus proche : en distillerie et/ou en sucrerie, selon localisation parc.) → spéculation principale sur l'exploitation (~ 80-100% surf.).
- Entreprise de prestation : complémentarité avec activité de planteur.
- Diversification éventuelle du système d'activité : agro-tourisme.
- Autres activités agricoles plus ou moins développées (cultures vivrières et maraîchères, élevage) pour auto-consommation ou commercialisation.
- Conduite proche des recommandations techniques, selon conditions de culture.
- Cycle assez court (~6-8 ans) - Variété : généralement la B 59.92 ou choix de clones rustiques.
- Réc. mécanisée (en vert) sur la plus part des parcelles (sauf celles inaccessibles avec machine).
- Valorisation du personnel pour ses parcelles et pour activité de prestataire de services.

Choix des spéculations & des activités

Choix modes de conduite & pratiques
Mode IV

Résultats agro-technologiques canne :

- Rendements satisfaisants ~ 70-75 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle (parfois limitée dans le Sud).
- Qualité des livraisons moyenne à bonne, si pas de problème ramassage ou de gestion de la coupe.

Revenu moyen canne : ~1 000 €/ha (6 580 F), à 75 t/ha.

RD annuel : très variable selon surface.
 Couverture seuil de viabilité très variable : 9,5% avec 1 ha.
 Mais revenu total du système d'activités > seuil de viabilité.
 Productivité du travail : 6 €/h (37 F), mais valorisation du personnel et du matériel par activité de prestataire.
 Rôle complémentaire, plus ou moins important selon surf cultivée.

Perspectives :

- Augmentation surf. plantée en fonction de la disponibilité en terre et des opportunités offertes par la filière (demande croissante en canne, marché et prix garantis).
- Reprise de l'exploitation par les enfants non garantie à terme.

Type D1

Les « intégrés »

Appareil de production :

Exploitation agricole de type sociétaire.
Avec un responsable d'exploitation qualifié et du personnel formé.
Surface en canne : de 40 à 160 ha.
Surface totale exploitation : de 40 à plus de 500 ha.
Tenure foncière : propriété (et éventuellement location de parcelles complémentaires).

Éléments d'historique :

- Exploitation agricole généralement cultivée (pour partie ou totalité) en canne depuis la colonisation.
- Système d'activités relevant du réseau des acteurs dominants de la filière canne : entreprise familiale ou grand groupe économique.
- Compétences techniques et de gestion élevées au sein de l'entreprise.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : maximiser le revenu, rentabilisation économique de l'unité de production cannière, intégrée – de façon directe ou pas – à la transformation en rhum agricole AOC, activité à forte plus-value.
- Dim. env. : rotation culturale (canne-banane ou canne-ananas) si possible (meilleure gestion de l'entretien des parcelles respectives), favoriser la reproductibilité des facteurs de production (éviter brûlage en zone sèche).
- Dim. soc. : fidélisation des petits fournisseurs éventuellement présents dans le bassin d'approvisionnement de la distillerie, en favorisant les relations entre ceux-ci et l'exploitation.
- Dim. fonc. : maintien du foncier en indivis.

Contraintes :

- Charges de structure élevées.
- Investissement plus ou moins lourd : à rentabiliser sur la plus grande surface possible.
- Parc. svt accidentées, empierrées.
- Difficulté ou complication administrative parfois pour embauche de coupeurs.
- Coût de production encore élevé.
- Potentiel végétatif parfois limité par pluviosité.

Atouts :

- Disponibilité en terres.
- Complémentarité entre production et transformation et parfois autres activités agricoles.
- Adaptation production aux besoins, écoulement garanti.
- Plus-value de la transformation de la canne au sein du système d'activités.
- Maturation svt favorisée (zone sèche).

Stratégie :

- Canne (livrée à l'unité la plus proche : en distillerie et/ou en sucrerie, selon localisation parc.) → place canne variable selon exploitation (~ 30-100% surf.).	Choix des spéculations & des activités
- Si foncier important, autres activités agricoles (banane, arboriculture, élevage). - Activité de transformation en rhum agricole : valorisation directe de la canne.	
- Conduite très proche des recommandations techniques, selon condit° cult. et gestion personnel → culture intensive et raisonnée.	Choix modes de conduite & pratiques Mode III
- Cycle assez court (~6-8 ans).	
- Variétés : selon adaptation au milieu et mode de conduite. - Récolte semi-mécanisée : coupe à la tonne, cannes non brûlées, ramassage cane-loader.	

Résultats agro-technologiques pour canne :

- Rendements satisfaisants ~ 70-75 t/ha selon gestion entretien et potentialité parcelle (parfois limitée dans le Sud).
- Qualité des livraisons bonne à très bonne, si pas de problème de gestion récolte.

Revenu moyen canne : ~810 €/ha (5 300 F), à 75 t/ha.

RD annuel : très variable selon surface .
Productivité du travail : 3 €/h (17 F)
Rôle complémentaire du revenu, plus ou moins important selon surface cultivée et structuration du système d'activités.
Mais rôle essentiel de la canne, à la base fonctionnt syst. d'act.

Perspectives :

- Augmentation surf. plantée selon besoin pour la transformation.
- Projet d'irrigation et développement mécanisation (évolution vers type D2).
- Pérennité de l'unité de production cannière assurée à l'intérieur du système d'activités, selon pérennité du marché pour les produits finis (rhum agricole et éventuellement sucre).

Type D2**Les « privilégiés »****Appareil de production :**

Exploitation agricole de type sociétaire.
Avec un responsable d'exploitation qualifié et du personnel formé.
Surface en canne : de 150 à > 400 ha.
Surface totale exploitation : 140 à ~1 000 ha.
Tenure foncière : propriété (et éventuellement location de parcelles complémentaires).

Éléments d'historique :

- Exploitation agricole généralement cultivée (pour partie ou totalité) en canne depuis la colonisation.
- Système d'activités relevant du réseau des acteurs dominants de la filière canne : entreprise familiale ou grand groupe économique.
- Compétences techniques et de gestion élevées au sein de l'entreprise.

Objectifs : détermination du rôle de la canne dans le système d'activités

- Dim. éco. : maximiser le revenu, rentabilisation économique de l'unité de production cannière, intégrée – de façon directe ou pas – à la transformation en rhum agricole AOC, activité à forte plus-value et/ou complémentarité avec autre spéculation agricole à forte valeur ajoutée (banane).
- Dim. env. : rotation culturale (canne-banane ou canne-ananas) si possible (meilleure gestion de l'entretien des parcelles respectives), favoriser la reproductibilité des facteurs de production (éviter brûlage en zone sèche).
- Dim. soc. : fidélisation des petits fournisseurs éventuellement présents dans le bassin d'approvisionnement de la distillerie, en favorisant les relations entre ceux-ci et l'exploitation.
- Dim. fonc. : maintien du foncier en indivis.

Contraintes :

- Charges de structure élevées.
- Investissement très lourd : à rentabiliser sur la plus grande surface possible.

Atouts :

- Disponibilité en terres mécanisables.
- Complémentarité entre production et transformation et parfois autres activités agricoles.
- Adaptation production aux besoins, écoulement garanti.
- Plus-value de la transformation de la canne au sein du système d'activités.
- Coût de production réduit.

Stratégie :

- Canne (livrée à l'unité la plus proche : en distillerie et/ou en sucrerie, selon localisation parc.)
→ place canne variable selon exploitation (~ 30-100% surf.).
- Si foncier important, autres activités agricoles (banane, arboriculture, élevage).
- Activité de transformation en rhum agricole : valorisation directe de la canne.

Choix des spéculations & des activités

- Conduite très proche des recommand. techn., selon conditions cult. et gestion du personnel :
→ culture intensive et raisonnée.
- Cycle assez court (~6-8 ans).
- Variétés : selon adaptation au milieu et mode de conduite.
- Récolte mécanisée (de plus en plus en cannes non brûlées).

Choix modes de conduite & pratiques
Mode IV

Résultats agro-technologiques pour canne :

- Rendements très satisfaisants ~ 70-90 t/ha. selon gestion entretien et potentialité parc.
- Qualité des livraisons bonne à très bonne, si pas de problème ramassage ou gestion coupe.

Revenu moyen canne : ~ 1 000 €/ha (6 580 F), à 75 t/ha.

RD annuel : très variable selon surface.
Productivité du travail : 6 €/h (37 F).
Rôle complémentaire du revenu, plus ou moins important selon surf cultivée et structuration du système d'activités.
Mais rôle essentiel de la canne, à la base fonctionnt syst. d'act.

Perspectives :

- Augmentation de la surf. plantée en canne selon les besoins pour la transformation.
- Pérennité de l'unité de production cannière assurée à l'intérieur du système d'activités, selon pérennité du marché des produits finis (sucre et rhum).

Annexe 2.17 : Financements publics de la filière canne-sucre-rhum depuis la création de la SAEM

La filière canne-sucre-rhum bénéficie à la Martinique de plusieurs programmes d'appui financiers de l'Europe, de l'Etat et des Assemblées territoriales. Ces dernières sont fortement impliquées dans le développement de cette filière et interviennent, soit en financements spécifiques de l'un de ses secteurs (recherche-développement, canne, sucre, rhum), soit en contreparties des programmes européens et nationaux. Le bilan de ces programmes, qui visent à renforcer ses conditions de durabilité sur le plan environnemental, économique et social, est présenté ci-après par secteur.

Tableau 1 : Répartition des financements par financeur de 1984 à 1999

Financeurs	UE	Fidom général	Ministère	Région	Budget Dép.	Fidom Dép.	Total
€	33 756 286	8 116 402	9 390 518	34 115 215	30 130 044	701 265	116 209 731
F	221 426 719	53 240 109	61 597 763	223 781 140	197 640 135	4 600 000	762 285 866
%	29,05%	6,98%	8,08%	29,36%	25,93%	0,60%	100,00%

Source : Conseil général

Tableau 2 : Répartition des financements par secteur de 1984 à 1999

Secteurs	Recherche encadrement	(Re) plantation et am. Fonc.	Mécanisation	Aide sociale	Aide à la balance	SAEM Galion	Distilleries	Total
€	5 627 403	5 932 039	5 228 450	1 942 616	24 837 164	46 766 814	25 874 177	116 209 731
F	36 913 345	38 911 627	34 296 384	12 742 727	162 921 118	306 770 187	169 723 478	762 285 866
%	4,84%	5,10%	4,50%	1,67%	21,37%	40,24%	22,27%	100,00%

Source : Conseil général

Bilan des programmes d'appui

En termes d'emplois, malgré la mécanisation, cette filière est encore fortement demandeuse de personnel et qui plus est de personnel qualifié. Le soutien public permet de consolider les emplois, alors que la sole cannière connaît un accroissement dû à la demande de l'usine sucrière et des 9 distilleries agricoles. Les réalisations physiques d'investissements ont connu un avancement régulier du fait du dynamisme économique de la filière. Les objectifs fixés au début du dernier Document unique de programmation (DOCUP 1994-1999) ont dans l'ensemble été atteints, puisque les coûts de production ont effectivement baissé et que la qualité du rhum a été fortement améliorée, notamment celui du rhum agricole AOC.

Par contre, la SAEM du Galion n'a pu à ce jour se sortir de ses difficultés, alors que le secteur sucrier, fondamental à l'équilibre global de la filière canne, mérite d'être conforté.

Annexe 3.1 : AOC et INAO, en bref

D'après :

- BOULET D., BARTOLI P., 1995.
- Site du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales
URL : <http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/appe/00-amenag.html>
URL : <http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/appe/00-prointer.html>
- Site © Hachette Multimédia, 2001. URL : http://fr.encyclopedia.yahoo.com/articles/m/m0002084_p0.html

La mention AOC (Appellation d'origine contrôlée) identifie un produit qui tire son authenticité et sa typicité de son origine géographique. Cette mention certifie que le produit provient d'une aire de production déterminée et que son élaboration respecte des règles qui sont fixées par la loi et définissent :

- les limites de la zone de production (valables pour l'ensemble des étapes d'élaboration) ;
- les variétés autorisées dans la zone de production ;
- la teneur minimale en certaines substances ;
- les pratiques réalisées lors de la fabrication ;
- la quantité maximale de production ;
- la présentation du produit (mentions relatives à la contenance en certaines substances, etc.).

☛ *Institutionnalisation : du CNAO à l'INAO*

Les premières délimitations pour la protection des vignobles à notoriété datent de la loi du 6 mai 1919. Mais l'organisation française des AOC a véritablement été mise en place par un décret-loi du 30 juillet 1935 (article 21), sous le contrôle du Comité national des appellations d'origine (CNAO), devenu l'Institut national des appellations d'origine (INAO) en 1947. Cet organisme propose au ministère de l'Agriculture la reconnaissance de nouvelles appellations, contrôle les conditions de production et lutte contre les fraudes, usurpations ou contrefaçons en France ou à l'étranger. En 1990, la loi du 2 juillet a étendu le champ des AOC à tous les produits agricoles, bruts ou transformés. La mission de l'INAO a été étendue aux indications géographiques protégées par la loi d'orientation du 9 juillet 1999. La structure de l'INAO est la suivante : 28 producteurs, 19 négociants, 11 personnalités qualifiées, 9 représentants de Ministères dont 4 du Ministère de l'Agriculture, 4 du Ministère de l'Economie, 1 du Ministère de la Justice.

☛ *Procédure de reconnaissance d'une AOC*

La reconnaissance d'une appellation d'origine est l'aboutissement d'une procédure longue et contradictoire. Commissions d'enquête, commissions d'experts, enquêtes publiques pour la définition de l'aire géographique et des conditions de production se succèdent et sont le garant d'une acceptation par tous les acteurs concernés de la réglementation qui leur sera ensuite applicable et opposable. Trois comités sectoriels composés majoritairement de professionnels nommés par les Pouvoirs Publics, valident chaque étape de cette procédure qui dure souvent plusieurs années. Ces comités sont les suivants :

- Comité national des vins et eaux de vie ;
- Comité national des produits laitiers ;
- Comité national des produits agro-alimentaires.

☛ *Chiffres clés des AOC*

Le secteur vinicole comptabilise 400 appellations d'origine aujourd'hui. Celles-ci représentent 35% de la production française, mais plus de 80% en valeur, soit 12 milliards d'euros (78 milliards de francs). Les eaux-de-vie AOC représentent 1,5 milliards d'euros (10 milliards de francs). Concernant les fromages, 32 AOC sont dénombrées. Représentent 15 % de la production nationale et un chiffre d'affaires de 1,6 milliards d'euros (10,8 milliards de francs), elles commencent à conquérir les marchés européens voisins, y compris ceux du Nord. L'AOC se développe dans d'autres secteurs très divers : viande, fruits, légumes, huiles. Parmi ces autres produits faisant l'objet d'une Appellation, on peut citer : les volailles de Bresse, les noix de Grenoble, les chasselas de Moissac et l'huile de lavande de haute Provence. Ces produits représentent un chiffre d'affaires d'environ 152 millions d'euros (1 milliard de francs).

Annexe 3.2 : Décret du 5 novembre 1996 relatif à l'agrément des rhums bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée

(Source : JORF, 1996a)

16359

JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE FRANCAISE

8 novembre 1996

MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES

NOR: FCEC9600197D

Le Premier ministre, Sur le rapport du ministre de l'économie et des finances, du ministre de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation et du ministre délégué à l'outre-mer, Vu le règlement (CEE) no 1576/89 du Conseil du 29 mai 1989 modifié établissant les règles générales relatives à la définition, à la désignation et à la présentation des boissons spiritueuses ;

Vu le code général des impôts ; Vu le code des douanes ; Vu le code de la consommation ; Vu la loi du 16 avril 1930 relative notamment au contrôle des entrées et sorties de rhum ; Vu le décret-loi du 30 juillet 1935 modifié relatif à la défense du marché des vins et au régime économique de l'alcool ; Vu le décret du 3 avril 1942 portant application de la loi du 3 avril 1942 sur les appellations contrôlées, complétée par le décret du 21 avril 1948 sur les appellations d'origine contrôlées ; Vu le décret no 84-1147 du 7 décembre 1984 modifié concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ; Vu le décret no 88-416 du 22 avril 1988 modifié concernant les rhums à appellation d'origine ; Vu la proposition du comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine en date du 22 mai et du 6 septembre 1996, Décrète :

Art. 1er. - Les rhums pour lesquels est revendiquée une appellation d'origine contrôlée ne peuvent être mis en circulation, sans un certificat d'agrément délivré par l'Institut national des appellations d'origine, qu'après avoir satisfait aux examens analytique et organoleptique définis ci-après. Les rhums présentés à ces examens doivent répondre aux conditions de production définies dans le décret relatif à l'appellation d'origine contrôlée revendiquée.

Art. 2. - Le contrôle des conditions de production et l'organisation des examens organoleptique et analytique sont placés sous la responsabilité de l'Institut national des appellations d'origine. Dans ce cadre, l'Institut national des appellations d'origine peut passer une convention avec un organisme agréé par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, sur proposition du syndicat de défense de l'appellation d'origine contrôlée concernée. Cette convention est approuvée par le comité national des vins et eaux-de-vie.

Art. 3. - Tout producteur de cannes qui entend destiner sa production à la production de rhum à appellation d'origine contrôlée doit faire identifier ses parcelles en production auprès des services de l'Institut national des appellations d'origine. La demande d'identification doit comporter les références cadastrales des parcelles, les variétés cultivées et leurs superficies respectives ainsi que tout autre renseignement exigé pour attester du respect des

conditions de production définies dans le décret de l'appellation d'origine contrôlée. Toute nouvelle demande d'identification, ou demande de mise à jour, doit être formulée auprès des services de l'Institut national des appellations d'origine avant la date du début de la période de coupe fixée dans le décret de l'appellation d'origine contrôlée. Sous l'autorité de l'Institut national des appellations d'origine, l'organisme agréé adresse aux producteurs concernés une fiche d'identification parcellaire, établie selon un modèle agréé par l'Institut national des appellations d'origine. Si, pendant trois années successives, la production de la ou des parcelles ainsi identifiées n'est pas utilisée en vue de la production de rhum à appellation d'origine contrôlée, la fiche d'identification n'est plus valable. Le producteur en est avisé par les services de l'Institut national des appellations d'origine, dans les trois mois qui suivent la fin de la période de coupe de la troisième année susvisée. Si le producteur souhaite destiner à nouveau sa production à la production de rhum à appellation d'origine contrôlée, il doit formuler une nouvelle demande d'identification parcellaire, dans les délais fixés ci-dessus. La liste récapitulative des références cadastrales des parcelles identifiées est établie par les services de l'Institut national des appellations d'origine. Elle peut être consultée par tout élaborateur de rhum en appellation d'origine contrôlée.

Art. 4. - Tout distillateur de rhum à appellation d'origine contrôlée doit adresser une copie de sa déclaration « avant travaux de distillation », telle que définie par la réglementation des droits indirects, aux services de l'Institut national des appellations d'origine, au plus tard le jour du début de ses travaux de distillation. Il doit adresser de même, à la fin de ses travaux de distillation, une copie de sa déclaration «< après travaux de distillation >>. La période de distillation est identique à la période de coupe fixée par le décret de l'appellation d'origine contrôlée concernée.

Art. 5. - Tout détenteur de rhum revendiqué en appellation d'origine contrôlée doit adresser une demande de certificat d'agrément, en double exemplaire, auprès de l'organisme agréé visé à l'article 2. Cet organisme doit transmettre immédiatement un exemplaire aux services de l'Institut national des appellations d'origine. Cette demande de certificat d'agrément est établie sur un imprimé agréé par l'Institut national des appellations d'origine et doit être souscrite avant toute demande de prélèvement. Les distillateurs doivent adresser leur demande de certificat d'agrément au plus tard quatre mois après la fin de la période de distillation définie à l'article précédent. Sur cette demande sont précisées les quantités destinées à la production de rhum blanc et celles destinées à l'élevage

sous bois. En cas de demande de prélèvement, formulée en cours de période de distillation pour une partie de la production, les distillateurs doivent adresser une demande de certificat d'agrément ne concernant que la partie de la production de rhum pour lequel le prélèvement est demandé. Lors de la dernière demande de certificat d'agrément, à l'issue de la période de distillation, les distillateurs devront récapituler les volumes de rhum ayant déjà fait l'objet d'une demande de certificat d'agrément. Les distillateurs doivent compléter leur demande de certificat d'agrément, notamment, des renseignements suivants : - la raison sociale (nom, adresse) du ou des fournisseurs de cannes ; - les références des parcelles de chaque fournisseur, leurs superficies respectives ; - le tonnage de cannes correspondant à ces superficies ; - le total des volumes en alcool pur produit pour l'ensemble de ces apports de cannes ; - le cas échéant, la raison sociale (nom, adresse) du ou des opérateurs destinataires des volumes affectés à l'élevage sous bois. Ces destinataires doivent adresser leur demande de certificat d'agrément au plus tard à la fin de la période de distillation qui suit celle au cours de laquelle ces mêmes rhums ont été distillés. Leur demande de certificat d'agrément doit être complétée, notamment, des renseignements suivants : - la raison sociale (nom, adresse) du ou des fournisseurs de rhum revendiqué en appellation d'origine contrôlée ; - la référence de l'autorisation de transfert visée à l'article 6 ci-après de chacun du ou des lots concernés ; - le cas échéant, la quantité destinée à bénéficier de la mention « vieux ». Les distillateurs et tous détenteurs de rhums en élevage sous bois doivent, en outre, tenir à la disposition de l'agent chargé du contrôle des conditions de production les résultats des mesures analytiques telles qu'elles sont exigées par le décret relatif à l'appellation d'origine contrôlée concernée.

Art. 6. - Les prélèvements en vue de la réalisation des examens analytique et organoleptique sont effectués sous la responsabilité de l'Institut national des appellations d'origine. Ils peuvent être effectués par des personnes accréditées par cet institut. Les rhums blancs sont prélevés au plus tôt six semaines après leur distillation. Il en est de même pour les rhums devant quitter l'établissement d'un distillateur pour être logés dans des chais de vieillissement répondant aux exigences requises par le décret de l'appellation d'origine contrôlée concernée. Ces rhums doivent faire l'objet d'une autorisation de transfert, délivrée par l'Institut national des appellations d'origine, après vérification des conditions de production et examen analytique permettant d'attester qu'ils répondent aux exigences définies dans le décret de l'appellation d'origine contrôlée concernée. Les rhums élevés sous bois sont prélevés au plus tôt à la fin de la période minimale requise pour la catégorie d'élevage revendiquée et précisée dans le décret de l'appellation d'origine contrôlée concernée. Les demandes de prélèvement sont adressées, au moins un mois avant la date de prélèvement souhaitée, à l'organisme agréé visé à l'article 2 qui en informe immédiatement les services de l'Institut national des appellations d'origine. Les lots de rhum correspondant aux rhums blancs et aux rhums destinés à l'élevage sous bois doivent être identifiés de façon bien distincte.

Art. 7. - L'anonymat des échantillons prélevés est assuré par les services de l'Institut national des appellations d'origine. L'examen analytique est effectué par les laboratoires agréés par les ministres concernés, après avis de l'Institut national des appellations d'origine. Cet examen porte au minimum sur les éléments suivants : - le titre alcoométrique volumique ; - la teneur en non-alcool, auxquels peuvent s'ajouter d'autres éléments prescrits conformément à l'article 8 ci-après. L'examen organoleptique concerne notamment la couleur, la limpidité, l'odeur et la saveur. Il est effectué par une commission d'experts dégustateurs choisis dans une liste approuvée par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, sur proposition du syndicat de défense de l'appellation d'origine contrôlée concernée. Cette liste se compose de professionnels de la production, de la transformation et du négoce, ainsi que de techniciens. Un rhum non agréé, du fait d'un avis défavorable de la commission d'experts dégustateurs, peut être examiné une nouvelle fois par ladite commission. En dernier ressort, il peut être soumis à une commission d'appel composée de membres désignés par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine. En cas de non-agrément, la décision est notifiée à l'intéressé par l'Institut national des appellations d'origine. Les délais de notification de non-agrément ou d'appel devant la commission de dégustation ou la commission d'appel seront précisés dans le règlement intérieur prévu à l'article 8 ci-dessous.

Art. 8. - Un règlement intérieur, approuvé par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, fixe les modalités pratiques de mise en oeuvre des examens analytiques et organoleptiques. Des critères analytiques, complémentaires à ceux prévus dans le décret de l'appellation d'origine contrôlée concernée, peuvent être fixés dans ce règlement, après avis de la commission technique définie dans le décret de l'appellation d'origine contrôlée concernée.

Art. 9. - Un arrêté interministériel fixe, en tant que de besoin, les modalités d'application du présent décret prises, sur proposition du comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, pour chaque produit à appellation d'origine contrôlée.

Art. 10. - Le ministre de l'économie et des finances, le ministre de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation, le ministre délégué à l'outre-mer, le ministre délégué au budget, porte-parole du Gouvernement, et le ministre délégué aux finances et au commerce extérieur sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 5 novembre 1996.

Par le Premier ministre, Alain Juppé ; Le ministre de l'économie et des finances, Jean Arthurs ; Le ministre de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation, Philippe Vasseur ; Le ministre délégué à l'outre-mer, Jean-Jacques Peretti ; Le ministre délégué au budget, porte-parole du Gouvernement, Alain Lamassoure ; Le ministre délégué aux finances et au commerce extérieur, Yves Galland

Annexe 3.3 : Décret du 5 novembre 1996 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique »

(Source : JORF, 1996b. Journal officiel de la République française, du 8 novembre 1996, pp. 16360-16362)

16360

JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE FRANCAISE

8 novembre 1996

NOR: FCEC9600198D

Le Premier ministre, Sur le rapport du ministre de l'économie et des finances, du ministre de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation et du ministre délégué à l'outre-mer, Vu le règlement (CEE) no 1576/89 modifié du Conseil du 29 mai 1989 établissant les règles générales relatives à la définition, à la désignation et à la présentation des boissons spiritueuses ; Vu le code général des impôts ; Vu le code des douanes ; Vu le code de la consommation ; Vu la loi du 16 avril 1930 relative notamment au contrôle des entrées et sorties de rhum ; Vu le décret-loi du 30 juillet 1935 modifié relatif à la défense du marché des vins et au régime économique de l'alcool ; Vu le décret du 3 avril 1942 portant application de la loi du 3 avril 1942 sur les appellations contrôlées, complétée par le décret du 21 avril 1948 sur les appellations d'origine contrôlées ; Vu le décret no 84-1147 du 7 décembre 1984 modifié concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ; Vu le décret no 88-416 du 22 avril 1988 modifié concernant les rhums à appellation d'origine ; Vu la proposition du comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine en date du 22 mai et du 6 septembre 1996, Décrète :

Art. 1er. - Définition : Seuls ont droit à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique », complétée par la mention « Rhum agricole », les rhums obtenus par distillation de jus frais fermenté de canne à sucre et qui répondent aux conditions du présent décret.

Art. 2. - Aire géographique : L'aire de production des rhums ayant droit à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique » est délimitée à l'intérieur du territoire des vingt-trois communes suivantes du département de la Martinique : Arrondissement de Fort-de-France : les communes du Carbet, de Fort-de-France, du Lamentin, de Saint-Joseph, de Saint-Pierre ; Arrondissement de La Trinité : les communes de Basse-Pointe, de Gros-Morne, du Lorrain, de Macouba, du Marigot, du Robert, de Sainte-Marie, de La Trinité ; Arrondissement du Marin : les communes du Diamant, de Ducos, du François, du Marin, de Rivière-Pilote, de Rivière-Salée, de Saint-Esprit, de Sainte-Luce, des Trois-Ilets, du Vauclin.

Art. 3. - Aire de culture de la canne : Pour avoir droit à l'appellation d'origine contrôlée « Martinique », les cannes à sucre utilisées doivent avoir été récoltées sur des parcelles cultivées, dans l'aire de production délimitée par sections cadastrales, parcelles ou parties de parcelles, telle qu'elle a été approuvée par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, lors de sa réunion du 22 mai 1996, sur proposition de la

commission d'experts désignée à cet effet. Les plans de délimitation sont déposés à la mairie des communes intéressées. Au sein de cette aire, chaque parcelle ainsi récoltée doit avoir fait l'objet d'une demande d'identification, dans les conditions prévues par le décret relatif à l'agrément des rhums en appellation d'origine contrôlée.

Art. 4. - Matière première (cannes) : Les variétés de cannes plantées et cultivées, en vue de la production de rhum à appellation d'origine contrôlée « Martinique », doivent être inscrites sur une liste, approuvée par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, après avis d'une commission technique, désignée par ledit comité national, sur proposition du syndicat de défense de l'appellation. Toutefois, les variétés, plantées avant la publication du présent décret, et qui ne figurent pas sur la liste des variétés susmentionnée, peuvent être utilisées jusqu'à la récolte 2001 incluse. Les techniques de plantation et d'entretien des cultures de canne doivent être conformes aux usages locaux. Pour une année de récolte, la période de coupe commence au plus tôt au 1er janvier et s'achève au plus tard au 31 août de l'année considérée. L'irrigation est limitée à une période maximum de quatre mois suivant la date de coupe ou de plantation. Toute pratique d'épandage de substances sur les cannes en vue de favoriser leur maturation est interdite. Sont autorisées les récoltes avec ou sans brûlage par des moyens manuels ou mécaniques. Le rendement moyen d'une parcelle ne peut excéder 120 tonnes par hectare. Une parcelle peut entrer en production l'année qui suit celle de la plantation.

Art. 5. - Matière première (jus) : Seul peut être mis en oeuvre le jus frais ou vesou provenant de cannes saines, loyales et marchandes et répondant aux critères de culture, de variété, de récolte et de qualité, tels que définis dans le présent décret. Les valeurs minimales du brix et du pH du jus extrait des cannes doivent être supérieures à 14 pour le brix et à 4,7 pour le pH. Ces valeurs minimales peuvent être augmentées, par arrêté interministériel, en fonction des données climatiques. Les méthodes de mesure du brix et du pH des jus par échantillonnage des lots de canne de chaque récoltant sont agréées par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, après avis de la commission technique visée à l'article 4 ci-dessus. La mise en oeuvre de sirop et/ou de mélasse provenant de la fabrication du sucre de canne est interdite.

Art. 6. - Procédé d'extraction du jus de canne : Les cannes doivent subir une préparation au moyen de matériels et de procédés agréés par le comité national des vins et eaux-de-vie, après avis de la commission technique. L'extraction doit

être faite par pression mécanique à froid dans des moulins traditionnels dont la largeur utile des cylindres de broyage n'exécède pas 1,25 mètre. L'imbibition, lors du broyage, doit être faite exclusivement à température ambiante à partir d'eau et/ou de petits jus des derniers moulins. A la sortie des moulins, le jus doit être débarrassé, à froid, des matières en suspension par tamisage ou tous moyens mécaniques appropriés. Le chaulage à chaud, suivi ou non d'une décantation et d'une clarification, est interdit.

Art. 7. - Fermentation : La fermentation est de type discontinu, en cuve ouverte d'une capacité maximale de 500 hectolitres. Les fermentations continues et en cuves fermées sont interdites. L'apport d'agent fermentaire est limité aux seules levures appartenant au genre *Saccharomyces*. L'ensemencement du jus mis en fermentation ne se fait que par les procédés suivants : - par cuve mère ; - par coupage ; - par pied de cuve ; - par levures centrifugées. La durée de fermentation, à compter de la mise en cuve jusqu'à la distillation, ne peut excéder 72 heures à une température ne dépassant pas 38,5 °C. Les jus fermentés doivent présenter un titre alcoométrique volumique minimum de 3,5 p. 100 en volume. Un règlement technique, approuvé par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'institut national des appellations d'origine, après avis de la commission technique, précise les conditions de conduite de la fermentation, et notamment les modalités : - d'un complément azoté et phosphaté qui peut être apporté lors de la fermentation ; - de l'acidification qui assure, par abaissement du pH, la protection de la fermentation levurienne contre le développement bactérien.

Art. 8. - Colonnes de distillation : La distillation doit se faire en colonnes à fonctionnement continu utilisées traditionnellement à la Martinique, dont les caractéristiques principales sont les suivantes : - chauffage par injection de vapeur ; - diamètres dans la partie épuisement : compris entre 0,7 et 2 mètres ; - concentration : réalisée par 5 à 9 plateaux en cuivre. Les colonnes possédant 10 ou 11 plateaux peuvent être utilisées jusqu'à la récolte de l'an 2001 ; - épuisement : réalisé par au moins 15 plateaux en inox ou en cuivre ; - rétrogradation : réalisée par un ou plusieurs chauffe-vins ou condenseurs à eau en cuivre. Les colonnes doivent être agréées par le comité national des vins et eaux-de-vie de l'institut national des appellations d'origine, après avis d'une commission d'experts. Cette commission est désignée par le comité national des vins et eaux-de-vie, sur proposition du Syndicat de défense du rhum agricole de la Martinique. La rectification est interdite. En conséquence, lorsque les colonnes, conformes aux dispositions ci-dessus, ont des éléments de rectification, ceux-ci doivent être rendus inutilisables par plombage, réalisé par la direction générale des douanes et droits indirects, avant la mise en route et jusqu'à la fin de chaque campagne.

Art. 9. - Dans les établissements où sont élaborés à la fois des rhums pouvant prétendre à l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >> et d'autres rhums ou eaux-de-vie, les opérations doivent être réalisées dans des conditions assurant une séparation et une individualisation absolue des matières premières et des eaux-de-vie de chaque catégorie.

Art. 10. - Produit brut : Les rhums produits doivent présenter à la sortie du récepteur journalier et à la température de 20 °C un titre alcoométrique volumique compris entre : - minimum : 65 p. 100 vol. ; - maximum : 75 p. 100 vol., et, dans tous les cas, ils doivent présenter au minimum une teneur en éléments volatils autres que les alcools méthylique et éthylique de 225 grammes par hectolitre d'alcool pur. En cours de campagne de distillation, chaque distillerie doit faire procéder à des analyses de sa production par un laboratoire agréé par les ministres concernés, après avis de l'institut national des appellations d'origine. La fréquence des analyses doit être au moins hebdomadaire.

Art. 11. - Produit fini : A l'issue de la distillation, les rhums revendiqués en appellation d'origine contrôlée << Martinique >> doivent entrer dans l'une des catégories suivantes : - soit ne présenter aucune coloration et avoir satisfait à une période de préparation minimum de trois mois après la distillation. Dans ce cas, la mention << blanc >> doit compléter obligatoirement le nom de l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >>, tant sur l'étiquetage que sur tout document commercial et titre de mouvement. Pour les rhums blancs, un logement sous bols n'est possible que pendant une durée maximum de trois mois, utilisé notamment, lors des opérations de réduction ; - soit être élevés en récipient en bois de chêne. Dans ce cas, ils doivent répondre aux conditions de production définies aux articles 12 ou 13 ci-après. Un rhum ayant reçu le certificat d'agrément, visé à l'article 14 du présent décret, en rhum blanc d'appellation d'origine contrôlée << Martinique >> ne peut plus être mis en vieillissement ni élevé sous bois. Dans tous les cas, lors de mise à la consommation, les rhums à appellation d'origine contrôlée << Martinique >> doivent présenter un titre alcoométrique volumique supérieur ou égal à 40 p. 100.

Art. 12. - Rhum élevé sous bois - Elaboration : Les rhums revendiqués en appellation d'origine contrôlée << Martinique >> doivent être logés en récipient en bois de chêne dans l'aire de production définie à l'article 2, conformément aux dispositions du décret no 88-416 du 22 avril 1988 modifié concernant les rhums à appellation d'origine, et notamment son article 2. Une déclaration de mise en élevage en récipient de bois est souscrite par l'élaborateur auprès des services de la direction générale des douanes et droits indirects qui doit en adresser une copie à l'institut national des appellations d'origine. La durée de cet élevage est au minimum de douze mois sans interruption. Ces rhums ne peuvent être présentés aux examens analytique et organoleptique préalables à la délivrance du certificat d'agrément, telle que définie à l'article 14 du présent décret, qu'à partir du onzième mois d'élevage sous bols. La teneur de ces rhums en éléments volatils autres que les alcools éthylique et méthylique est au moins égale à 250 grammes par hectolitre d'alcool pur, à l'issue de la période minimale d'élevage.

Art. 13. - La mention << vieux >> doit être employée conjointement à l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >> pour désigner les rhums qui répondent aux conditions de production du présent décret et qui satisfont en outre à toutes les conditions suivantes : - le vieillissement dans l'aire de production et dans les

conditions définies à l'article 12 ci-dessus, doit être d'au moins trois ans révolus en fûts de chêne d'une capacité inférieure à 650 litres. Ils ne peuvent être présentés aux examens analytique et organoleptique préalables à la délivrance du certificat d'agrément, telle que définie à l'article 14 du présent décret, qu'à partir du trente-troisième mois d'élevage sous bois ; - la quantité d'éléments volatils autres que les alcools éthylique et méthyllique, doit être au moins égale à 325 grammes par hectolitre d'alcool pur, à l'issue de la période minimale d'élevage. Les rhums à appellation d'origine contrôlée bénéficiant de la mention << vieux >> répondant aux conditions fixées ci-dessus peuvent comporter dans leur étiquetage une mention relative à une durée de vieillissement supérieure.

Art. 14. - Les rhums pour lesquels est revendiquée l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >> complétée ou non par les mentions << blanc >> ou << vieux >> ne peuvent être mis en circulation sans un certificat d'agrément délivré par l'institut national des appellations d'origine. Toutefois, le transfert de rhums destinés à l'élevage sous bois, de la distillerie où ils ont été obtenus vers des chais d'élevage distincts est autorisé, sous réserve de l'obtention de l'autorisation prévue à l'article 6 du décret relatif à l'agrément des rhums à appellation d'origine contrôlée. Le certificat d'agrément est délivré dans les conditions prévues par le décret visé ci-dessus.

Art. 15. - Les rhums pour lesquels, au terme du présent décret, est revendiquée l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >> ne peuvent être déclarés pour la fabrication, offerts aux consommateurs, expédiés, mis en vente sans que, dans la déclaration de fabrication, sur les titres de mouvement, sur les prospectus, étiquettes, factures, récipients quelconques, l'appellation soit inscrite et accompagnée de la mention << Appellation d'origine contrôlée >> en caractères très apparents. La mention << Rhum agricole >> doit compléter le nom de l'appellation d'origine contrôlée dans les documents commerciaux et titres de mouvement. Elle doit figurer sur l'étiquetage dans le même champ visuel que celui de l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >>. Dans l'étiquetage, la mention << blanc >> ou << vieux >> doit être inscrite en caractères très apparents, dans le même champ visuel que l'appellation d'origine contrôlée. Les dimensions des caractères de la mention << blanc >> ou << vieux >> ne doivent pas être supérieures aussi bien en hauteur qu'en largeur à celles des caractères composant le nom de l'appellation.

Art. 16. - L'emploi de toute indication ou de tout signe susceptible de faire croire à l'acheteur qu'un rhum a droit à l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >>, alors qu'il ne répond pas à toutes les conditions prévues au présent décret, est poursuivi conformément à la législation générale sur les fraudes et sur la protection des appellations d'origine, sans préjudice des sanctions d'ordre fiscal, s'il y a lieu. Dans toute boisson, lorsqu'un rhum bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée << Martinique >> est utilisé conjointement à un autre rhum, le mélange ainsi obtenu perd le droit au bénéfice de ladite appellation d'origine contrôlée.

Art. 17. - Mesures transitoires : Les producteurs et détenteurs de stocks de rhum agricole en appellation d'origine << Martinique >> pourront, dans un délai de quatre mois à partir de la publication du présent décret, solliciter l'agrément de leur production et de leur stock en appellation d'origine contrôlée << Martinique >> auprès de l'Institut national des appellations d'origine. Le certificat d'agrément sera établi après que ces rhums aient satisfait aux examens analytique et organoleptique, selon la procédure définie par le décret relatif à l'agrément des rhums en appellation d'origine contrôlée. Dans le cas de rhums détenus dans les chais de négoce, les prélèvements seront effectués par les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

Art. 18. - Le ministre de l'économie et des finances, le ministre de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation, le ministre délégué à l'outre-mer, le ministre délégué au budget, porte-parole du Gouvernement, et le ministre délégué aux finances et au commerce extérieur sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 5 novembre 1996.

Par le Premier ministre, Alain Juppé ; Le ministre de l'économie et des finances, Jean Arthuis ; Le ministre de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation, Philippe Vasseur ; Le ministre délégué à l'outre-mer, Jean-Jacques de Peretti ; Le ministre délégué au budget, porte-parole du Gouvernement, Alain Lamassoure ; Le ministre délégué aux finances et au commerce extérieur, Yves Galland

Annexe 3.4 : Procédures à respecter de la plantation à la livraison de canne (AOC et non-AOC)

Source : MBOLIDI-BARON et al., 2001. Guide variétal.

1 - CONTACT AVEC L'UNITE DE TRANSFORMATION :
 Mise en place d'un accord (informel ou contractuel) pour la fourniture de cannes

DISTILLERIE AGRICOLE	SAEM DU GALION
Cahier des charges pour la production de canne en vue de l'élaboration de rhum agricole AOC Martinique.	Démarche raisonnée pour la production de canne en vue de la fabrication de sucre.

2- PLANTATION**Choix de la parcelle :**

→ Plantation obligatoirement dans l'aire géographique en AOC.

La liste des surfaces recensées en AOC est disponible au SDAORAM, ainsi que dans les mairies concernées. L'aire AOC est constituée des parcelles en zone de production traditionnelle et pour lesquelles les critères de milieu propices à la culture sont satisfaits.

Choix variétal : Se référer à la liste de 12 variétés proposées en 1996 :

1. B 80.08	7. B 64.277
2. B 76.56	8. BJ 64.56
3. B 75.368	9. B 63.118
4. B 73.419	10. B 59.92
5. B 69.566	11. B 51.129
6. R 570	12. Cristalline

Les variétés plantées avant novembre 1996, et qui ne figurent pas sur la liste susmentionnée, sont utilisables jusqu'à la récolte 2001 incluse.

Démarche administrative : Déclaration obligatoire au Syndicat -

Formulaire à remplir et à renvoyer avant la période de coupe.

→ Identification du producteur (numéro Syndicat de Défense).

→ Identification de la parcelle (section cadastrale) et de la variété.

Choix de la parcelle

→ Choix raisonné selon la disponibilité en terre et l'optimum de qualité pouvant être obtenu.

Les cannes issues de parcelles hors de l'aire AOC sont orientées préférentiellement vers la SAEM du Galion. Toutefois, celle-ci reçoit également des cannes provenant de parcelles en AOC.

Choix de la variété :

Il est possible de choisir parmi tout le panel de variétés existant (variétés présentées dans le guide variétal, ainsi que toutes autres nouvelles ou anciennes variétés).

Le choix est raisonné en fonction :

- des conditions de culture (terroir et techniques), en choisissant les variétés les mieux adaptées.
- des perspectives de livrer en distilleries agricoles, pour les prochaines campagnes.

Démarche :

Contact avec un « chef de file », afin d'organiser les livraisons de canne à la SAEM du Galion, en fonction des quotas journaliers.

3- CULTURE**Conditions du cahier des charges AOC :**

→ Irrigation limitée aux 4 premiers mois après plantation ou coupe.

→ Traitement maturateur interdit.

→ Rendement agricole limité au maximum à 120 tonnes par ha.

Conditions de culture requises pour livrer à l'usine :

Pas de cahier des charges défini, mais recommandation sur les soins à apporter de la plantation à la récolte, pour obtenir le meilleur tonnage possible et une richesse optimale.

4- LIVRAISON**Paiement au tonnage et à la qualité :**

→ 16<Brix≤19 : Prix de référence à la tonne.

→ 19<Brix≤20 : Prix majoré de 2% - Brix>20 : Prix majoré de 4%

→ 15<Brix≤16 : Prix diminué de 2% - Brix≤15 : Prix diminué de 4%

Conditions du cahier des charges AOC :

Limites inférieures : Brix = 14 et pH = 4,7

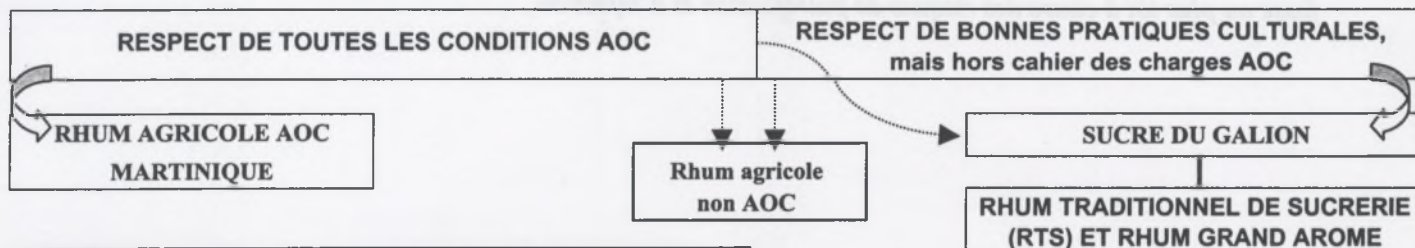
Paiement au tonnage et à la richesse en saccharose :

→ Prix de référence calculé sur la base d'un Coefficient de Paiement (CP) de 8.

→ Prix proportionnel au CP (valorisation de la qualité).

Conditions de l'usine :

CP moyen < 5 : Livraisons de la quinzaine non marchandes



LEGENDE : : Destination principale des cannes
 : Destination possible hors AOC

Annexe 3.5 : « Les obsèques du vieil homme Canne », un conte

Extrait de : EADIE E., 1987b. L'eau de la rivière. France, Ed. Pierre-Jacquens Couta, pp. 52-55

C'est un bien, qui pourrait être celui du Nègre, qui s'en va. Le diocèse est déjà en état d'alerte. Le curé ne doit pas s'éloigner de sa demeure. La maladie de la canne est grave au point que l'extrême-onction est nécessaire. Peut-être que le Bon dieu y mettra vraiment sa bonne main pour éviter au nègre cette maladresse. Qui sait s'il pense que cela est de son ressort, une richesse à prendre en compte pour les enfants de demain. On fermerait les usines à sucre, on fermerait les distilleries. Le glas va sonner avant. Pour annoncer le dernier moment du malade.

Mais déjà la campagne est désertée. Le nègre ne croyait pas pour une fois au miracle. Pas de cause canne de nègre pensait-il. Les planteurs, les coupeurs partis construire des maisons en ville. Les planteurs, les coupeurs partis remplir les avions pour s'entasser ailleurs. Filles de salles, peintres en bâtiments, agents de collectivités, éboueurs, ailleurs.

Le curé a averti le maire qu'il n'y aura personne à l'enterrement de première classe préparé. Le curé avertira les personnalités civiles et militaires qui feront cortège à l'enterrement pour entourer la famille Canne.

Il ne faudrait pas compter avec la présence attristée, et pieuse des petits planteurs qui avaient penser se faire une situation dans la canne. Ils s'apprêtaient à planter et couper la canne pour la vendre à l'usine. Ils ne se préparaient même pas à acheter l'Usine pour mieux tirer bénéfice de leur travail. Voilà que l'on décidait d'enterrer la canne sans leur avis. Ils étaient comme suspendus dans l'espace, effrayés, la langue bouchant le larynx tellement elle était grosse. Ils tenaient réunion sur réunion, mais il n'en sortait rien comme d'un citron sec. Hébétés, saisis de froid glacial comme au milieu d'un hiver rude à faire geler l'eau dans les carafes, ils restaient terrés dans leurs maisons. C'étaient de vraies épaves échouées sur une des plages de la vie.

Alors on mis sur pied l'in vraisemblable. Le garde champêtre battit la grosse caisse de la commune reléguée à la fourrière municipale depuis près d'un demi-siècle pour annoncer les obsèques de la canne.

Tous les animaux du pays et des alentours et connaissant la canne furent appelés à l'enterrement. Les chats, les rats de toutes grosseurs, les chiens, les serpents assurés qu'ils étaient de ne pas trouver d'insecticides pouvant mettre en danger leur vie. Un pacte tacite de non-agressivité était organisé. Dès qu'il est question de cadavre toutes les parties en cause sont d'accord pour que l'enterrement se fasse au plus tôt à cause des risques de putréfaction et d'infection.

Eh bien, le vieil homme Canne eut des obsèques plus qu'internationales. Les personnalités formaient un cortège attristé où toutes pleuraient, se lamentaient, tiraient des morceaux de drap blanc en coton pour tamponner leurs larmes. Le cortège s'étalait sur cent mètres. Le cortège des animaux se prélassait sur un kilomètre sans un miaulement de chat, sans un sifflement de serpent, dans un calme glacial de cauchemar. Le cimetière des pauvres où avait lieu la mise en terre était top petit pour recevoir tout ce monde. On se pressait sur le mur d'enceinte et dans chaque mètre carré du cimetière. Puis c'était le moment des paroles. Alors le représentant des décideurs en queue de morue et haut-de-forme noir dit sa grosse peine d'enfant grondé, que le sort était injuste envers le vieil homme Canne, vieux travailleur sans le franc ne laissant la fortune qu'à ses employeurs.

Ses employeurs, maîtres d'usines, maîtres de distilleries, maîtres de grandes terres agricoles à centaines d'hectares. Le vieil homme Canne fut couvert de pleurs au point de faire le cimetière déborder d'eau pour le grand malheur des chats et des serpents. Un représentant de chaque groupe animalier pris la parole tout de même. Chacun dit la même leçon. Comme il ne pourrait, lui et ses congénères, se passer de la douceur du vieil homme cassé nommé canne à sucre de son vrai nom. Il n'y aurait plus de pays sans cela. La vie ne serait plus possible. Si la Martinique, si la Guadeloupe existent c'est grâce à la canne. Même l'histoire y passait. Et puis, Martinique, Guadeloupe, des pays de canne, des pays du vieux travailleur canne à sucre.

Après l'enterrement, la famille restée chez elle ne reçut pas les condoléances. Le cortège prit la nuit à se répartir dans les maisons et dans les bois autour de la ville. Toutes les bêtes firent un feu et chacun vanta les mérites de compère Canne à sucre. Dans la veillée, elles égrenaient des histoires de sucreries, de distilleries, de mélasses, de cannes sucées jusqu'à la bagasse, de bains de rats dans les cuves de rhum. Des histoires invraisemblables que chacun présentait comme absolument authentiques avec une assurance à prendre à revers et un sourire de conviction qui relevait de la plus fine ironie. La veillée durait plusieurs jours et plusieurs nuits. Les chiens et les chats ne regagnaient pas les maisons de leurs maîtres. Puis ils rentraient pour dire aux petits planteurs de sauver le vieux travailleur Canne. Que c'était tout à fait injuste. Et qu'ils repartiraient dans les bois s'ils ne faisaient rien.

Alors le Conseil de Suprême Décision des petits planteurs se forma et se réunit pour décider de consulter Madame l'Eau-de-la-Rivière. Il fallait bien savoir que faire. C'est alors que Madame l'Eau-de-la-Rivière conseilla avant toute chose d'aller voir au cimetière si le cercueil contenait bien le vieil homme. Des petits planteurs désignés par leurs pairs dégagèrent le cercueil de la terre de la fosse et l'ouvrirent en pleine nuit. Le cercueil était vide.

[...] Alors le Conseil décidait de voir Madame l'Eau-de-la-Rivière.

[...] Madame l'Eau-de-la-Rivière répondait qu'elle allait courir dans tous le pays reconnaître les terres bonnes à donner au vieux travailleur Canne pour qu'il vive. Mais auparavant, elle s'efforcera de faire ouvrir les yeux.

**Annexe 3.6 : Modèle de calcul des surfaces récoltées
et des rendements agricoles (2002 et scénario)**

En continuité de l'annexe 1.2, le tableau ci-après présente le modèle de calcul utilisée pour estimer la surface réellement récoltée en 2002 et dans une vision prospective, afin de déterminer les rendements agricoles correspondant.

	Données 2002	Scénario
Surface totale (surface cadastrée)	3 400 ha	3 800 ha
Surface plantée (surface toisée)	3 430 ha	3 724 ha
Rendement agricole en pépinière	60 t/ha	60 t/ha
Quantité de boutures mises en terre	10 t/ha	10 t/ha
1 ha de pépinière permet la replantation de	6,00 ha	6,00 ha
Fréquence de replantation moyenne (sur la Martinique)	7 ans	7 ans
Taux annuel de replantation	14,29%	14,29%
Surface replantée dans l'année	476,60 ha	532,00 ha
Surface réservée pour pépinières	79,33 ha	88,67 ha
% de la surface totale en pépinières	2,33%	2,33%
% surface plantée non récoltée (plantations tardives)	5,00%	5,00%
Surface replantée non récoltée en année N	23,80 ha	26,60 ha
Total surface non récoltée pour transformation (pépinières + grandes cultures)	103,13 ha	115,27 ha
Surface récoltée pour transformation industrielle (surface totale cadastrée - 3,03%)	3 229 ha	3 609 ha
Tonnage de cannes broyées	238 653 t	270 000 t
Rendement agricole (/surface récoltée)	74 t/ha	75 t/ha

D'après : CTCS, 2002 (Base de données) ; suivi d'exploitations et estimations.

Compte tenu de l'évolution des pratiques culturales, le scénario repose sur : une plus grande fréquence de replantation (une moyenne de 7 ans sur l'ensemble de la sole cannière) ; une augmentation de la quantité de boutures nécessaires à la plantation (avec l'utilisation croissante de boutures tronçonnées à la machine) et un rendement agricole moyen de 75 t/ha.

Avec ces nouvelles données, la surface non récoltée pour la transformation industrielle représente 3,03% de la surface totale cadastrée.

Annexe 3.7 : Proposition de partenariat industriel et commercial SAEM du Galion - COFEPP

(D'après : COFEPP, 2002)

« COFEPP propose s'engage dans un partenariat industriel et commercial de longue durée avec la SAEM sans limitation dans le temps avec comme objectif d'assurer un schéma économique viable pour la SAEM au-delà de l'échéance 2009, date butoir marquant la fin de l'avantage fiscal, tel que nous le connaissons à ce jour, accordé pour la commercialisation du rhum des DOM sur le marché métropolitain. D'ici là, COFEPP s'engage à ne procéder à aucune mesure qui puisse remettre en cause la pérennité de l'outil industriel sucrier tel qu'il existe actuellement même si des mesures nécessaires doivent être prises dans l'intervalle » (point 1, p. 4).

Ce faisant, COFEPP :

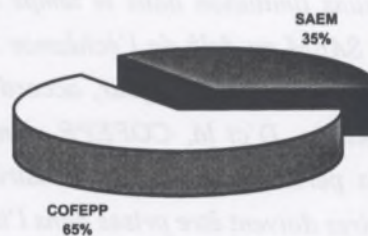
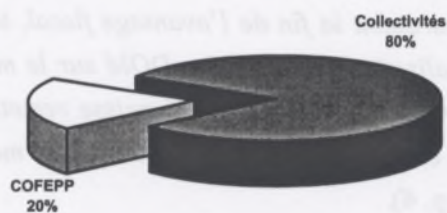
- « propose de séparer l'entité rhum (source de profits) de l'entité sucre (source de déficits) afin d'optimiser les ressources de la première et de mieux réduire les pertes de la seconde » (point 6, p. 4), en créant un nouvel outil de distillation pour le RTS et en rapatriant la fabrication de ce dernier (actuellement assurée à façon par Saint-James) vers le site du Galion ;
- « s'engage à conduire avec les principaux intéressés (Chambre d'agriculture, regroupement de petits planteurs, exploitants agricoles, ... et les représentants des autorités publiques) tous les moyens nécessaires (modalités de paiement de la canne et relance des plantations) pour permettre un développement de la surface cannière en Martinique permettant d'approvisionner l'usine du Galion à hauteur de 120 000 tonnes de cannes » (point 8, p. 5) ;
- « s'engage à garantir auprès des collectivités territoriales, de la SAEM et des acteurs de la filière, l'achat et la valorisation des matières premières (cannes et matière sucrée dérivée de la fabrication du sucre) ainsi que l'écoulement des produits finis (rhum et sucre) » (point 9, p. 5) ;
- « s'engage à appuyer, selon ses moyens et ses compétences, le développement du site du Galion en favorisant l'émergence d'autres activités touristiques ou industrielles ou non au périmètre actuel du Galion » (point 11, p. 5) ;
- « s'engage à ne pas supprimer d'emplois lorsqu'elle aura la gestion opérationnelle de la SAEM, hormis les départs naturels à la retraite et les transferts de personnel vers la nouvelle entité en charge de la branche rhum et de la commercialisation » (point 12, p. 5).

« COFEPP ne peut toutefois s'engager à résorber le déficit structurel de la SAEM malgré l'ensemble des actions qui pourront être menées pour la valorisation des différents produits et une meilleure conduite de l'outil industriel. Elle demande donc que la SAEM puisse signer un protocole d'accord la liant avec ses principaux partenaires actuels (Région et Département) et l'Etat lui garantissant les moyens financiers indispensables pour résorber son déficit d'exploitation (même diminué) et permettre la poursuite de son activité dans le cadre pluri-annuel » (point 13, p. 5).

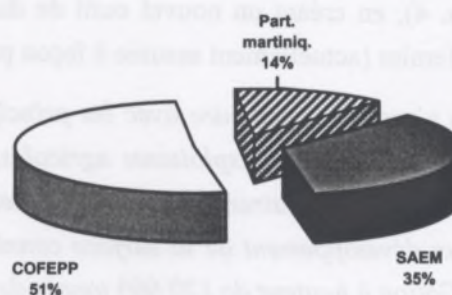
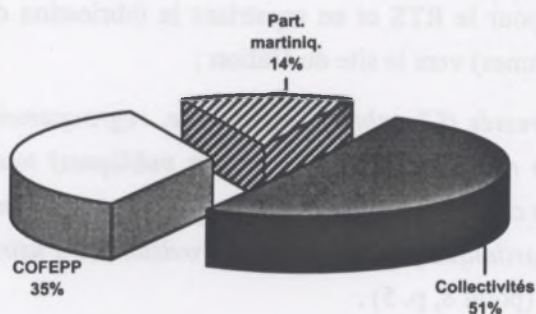
Prise de participations
dans le capital de la SAEM
pour l'exploitation de la branche sucre

Création d'une nouvelle société
pour l'exploitation de la branche rhum
(SA au capital social de 2,5 M€)

2003



2005



14% réservé à un partenaire local soucieux de s'investir à long terme dans l'avenir de l'usine et ayant intérêt à le faire. Il pourrait s'agir d'une association de planteurs ou un autre industriel pouvant apporter des synergies sur les produits : rhum et sucre.

Production et commercialisation du RTS et du rhum grand arôme sous forme d'une licence d'exclusivité garantissant son droit jusqu'à fin 2009



Transfert de recettes de la branche rhum vers la branche sucre,
afin d'en réduire le déficit d'exploitation

Objectifs opérationnels :

- RTS : 13 000 HAP, nécessitant environ 3,2 millions de litres de mélasse ;
- Grand Arôme : 4 500 HAP (800 000 litres à 55°) ;
- Approvisionnement en cannes de la sucrerie de 100 000 t au minimum, pour un optimum de 120 000 tonnes.

TABLE DES MATIERES

VOLUME I

INTRODUCTION	1
--------------------	---

PREMIERE PARTIE -PROBLEMATIQUE ET CADRE GENERAL.....	5
--	---

CHAPITRE I - PROBLEMATIQUE, CADRE DE LA RECHERCHE ET BASES THEORIQUES.....	6
--	---

1. Problématique.....	7
1.1. Le déclin de la production de canne : une importance économique moindre.....	8
1.2. La canne et ses industries : un avenir incertain ?	10
1.2.1. Le Galion : une unité sucrière en sursis ?	10
1.2.2. La canne : fluctuations des livraisons et diminution des planteurs	11
1.2.3. Le rhum : fluctuations de la commercialisation et incertitudes	13
1.3. La Martinique : une situation socio-économique difficile à maîtriser.....	14
1.3.1. Le statut de département français dans la Caraïbe : un paradoxe ?.....	14
a) Une prospérité apparente, basée sur une faible production intérieure.....	14
b) Caraïbienne, française et européenne : contraintes et atouts pour l'économie.....	19
c) Une économie de consommation : essoufflement et tensions sociales.....	21
1.3.2. Un territoire à la recherche de son développement : langue de bois ou optimisme ?	21
2. Travaux antérieurs sur les filières canne d'anciennes îles à sucre : " état de l'art "	23
2.1. Ouvrages historiques et géographiques : une riche production d'informations	23
2.2. Analyses économiques : différentes époques, différents points de vue.....	24
2.2.1. Approches globales : économie de la canne et économies insulaires	25
a) Des travaux plaçant la canne dans un processus de développement	25
b) Des travaux analysant le passage à une économie de transfert ou de rente.....	26
c) Des travaux basés sur la théorie standard et la régulation étatique.....	27
2.2.2. Approches intermédiaires, des institutions aux marchés	28
2.3. Etudes agro-techniques : quantité, qualité et coûts comme mots clés.....	29
3. Conceptualisation et démarche.....	30
3.1. Axes de réflexion et questionnement	30
3.1.1. Un triple objectif, un problème posé en terme de durabilité.....	31
3.1.2. Une double perspective dans un contexte de libéralisation économique accrue.....	32
3.1.3. Une demande des consommateurs tournée vers la " qualité ".....	34
3.1.4. Prise en compte de la dimension multifonctionnalité de l'activité canne.....	36
3.1.5. Un questionnement multiple, un recours à la pluridisciplinarité	37
3.2. Genèse et modalités d'application du concept de durabilité.....	39
3.2.1. Le développement durable : genèse et éléments d'identification.....	39
a) Adoption politique et contexte de la reconnaissance du développement durable.....	39
b) Quelles " valeurs-objectifs " pour le développement durable ?	40
3.2.2. Du développement durable à une production de canne durable	42
a) L'agriculture : des liens évolutifs avec l'économie, l'écologie et l'espace.....	42
b) Un nouveau contrat entre la société et l'agriculture, basé sur la durabilité.....	44
c) De l'agriculture durable à une production de canne durable à la Martinique.....	46
3.2.3. Des " valeurs-objectifs " aux critères de performances	46
a) Maintien de l'exploitation agricole, analysée en tant que " système "	47
b) Décomposition des critères de durabilité à analyser	48
c) Durabilité de la production cannière : synthèse vers la " qualité totale "	55
3.3. Postures de recherche : de la filière au territoire	56
3.3.1. Une approche en terme de filière.....	56

3.3.2.	Une démarche systémique	57
a)	Système : un terme orphelin.....	57
b)	Le recul temporel : une approche à l'échelle du système agraire.....	58
c)	Du système agraire au territoire	60
3.3.3.	Une approche territoriale	60
a)	Le territoire : un concept interdisciplinaire	60
b)	L'approche territoriale de la production cannière : une indispensable ouverture.....	62
c)	Echelles d'étude et niveaux d'organisation : entre territoires et systèmes.....	63
3.4.	Outils et démarche pratique	65
3.4.1.	Recherche documentaire et valorisation d'études antérieures	65
3.4.2.	Travail de terrain : enquêtes semi-directives et entretiens ouverts	65
a)	Enquêtes pour l'étude des unités de production cannière	66
b)	Enquêtes sur la construction de l'AOC et la régulation de la filière	67

CHAPITRE II - L'HISTOIRE DE LA CANNE A LA MARTINIQUE : L'HISTOIRE DU TERRITOIRE MARTINICAIS .. 69

1.	Les îles à sucre, des débuts de la colonisation au XVIII ^e siècle	69
1.1.	Le XVII ^e siècle : mise en place de la société de plantation	70
1.1.1.	La Compagnie des Îles d'Amérique : des efforts vains pour la fabrication du sucre.....	70
1.1.2.	La période des seigneurs-propriétaires : les débuts de l'industrie sucrière martiniquaise	70
1.1.3.	La Compagnie des Indes Occidentales : développement des habitations	72
1.1.4.	La naissance d'un alcool nommé « tafia ».....	73
1.2.	Le XVIII ^e siècle : expansion sucrière et commercialisation du rhum	74
1.2.1.	Poursuite de l'expansion sucrière à la Martinique	74
1.2.2.	Développement de la consommation de rhum et premières exportations.....	74
1.2.3.	L'épisode révolutionnaire : divergence de destin pour les « îles sœurs ».....	75
2.	Bouleversement de l'économie d'habitation et concentration industrielle au XIX ^e siècle	76
2.1.	Le contexte général jusqu'en 1860 : mutations sociales et économiques.....	76
2.2.	Une réorganisation de l'économie sucrière menacée par la récession	77
2.2.1.	La nécessaire industrialisation après 1860.....	78
2.2.2.	Une économie sucrière fortement modifiée à la fin du XIX ^e siècle.....	79
2.2.3.	Une crise différemment vécue à la Martinique et à la Guadeloupe	81
2.3.	Transformation du système agraire	81
2.4.	Début de la suprématie du rhum : essor commun pour deux produits	82
3.	La première moitié du XX ^e siècle : la suprématie du rhum.....	84
3.1.	Evolution contrastée du secteur rhumier, après l'éruption de 1902	84
3.2.	Deux économies différenciées pour le sucre et le rhum.....	87
3.2.1.	Fluctuations pour le sucre et notoriété croissante pour le rhum.....	87
3.2.2.	Suprématie de la canne et hiérarchie sociale	88
3.2.3.	L'émergence de la banane : une future concurrente pour la canne.....	89
4.	La deuxième moitié du XX ^e siècle : Croissance, déclin et restructuration	90
4.1.	De 1945 à 1963 : la croissance retrouvée.....	90
4.1.1.	Réorganisation des marchés sucrier et rhumier	91
4.1.2.	Différenciation des bassins d'approvisionnement en canne	92
4.1.3.	Systèmes de production et relations usines-planteurs.....	93
4.2.	Le déclin des années soixante aux années quatre-vingts	95
4.2.1.	Le contexte général : un déclin aux causes multiples	95
4.2.2.	Un système agraire en mutation : réforme foncière et reconversions	96
4.2.3.	Les fermetures successives d'usines et la « valse des montages financiers ».....	99
4.2.4.	Stabilité du rhum industriel, développement du rhum agricole	102
4.2.5.	Tentatives de restructuration de l'industrie sucrière jusqu'aux années 1980.....	104
5.	Les enseignements de l'histoire.....	105

CHAPITRE III - TERRITOIRE, PRODUITS ET ACTEURS DE LA FILIERE CANNE..... 107

1.	Le territoire de la filière canne	107
1.1.	Délimitation géographique du champ d'investigation : du local au global.....	107

1.2.	Des conditions de production naturelles contrastées.....	108
1.2.1.	Le relief : une topographie accidentée.....	108
1.2.2.	La pluviométrie : le facteur climatique le plus variable.....	110
1.2.3.	Une île volcanique aux caractéristiques pédologiques diversifiées.....	112
a)	Au Sud : une prédominance des sols anciens.....	112
b)	Au Nord : une diversité de sols jeunes.....	114
c)	La plaine alluvionnaire du Centre : des caractéristiques variables.....	115
2.	La matière première et les produits de la filière canne.....	116
2.1.	La matière première en amont de la filière : la canne à sucre.....	116
2.1.1.	Botanique et agronomie : un roseau sucré, tropical et rustique.....	116
2.1.2.	Technologie : une matière première périssable, une transformation diversifiée.....	119
a)	De l'importance d'une gestion optimale de la récolte.....	119
b)	Quatre produits principaux : un type de sucre, trois types de rhums.....	120
2.2.	Une filière duale, entre sucre et rhum.....	122
2.2.1.	Les produits de la filière sucre : sucre roux et rhum de mélasse.....	123
2.2.2.	Les produits de la filière rhum agricole : trois formes de produits rhumiers.....	124
3.	Les acteurs directs de la filière : planteurs et transformateurs.....	126
3.1.	Les planteurs de canne : une population hétérogène, en diminution.....	126
3.1.1.	Une forte concentration de la production.....	126
3.1.2.	Une diminution différenciée selon le lieu de livraison et le type de planteurs.....	129
a)	Une baisse fortement accusée en distilleries agricoles.....	129
b)	La population des petits planteurs : la plus touchée par la régression.....	130
3.1.3.	Incidences possibles de la disparition des petits planteurs.....	131
3.2.	Les exploitations non intégrées à la transformation : un dualisme fort.....	132
3.2.1.	Le cas particulier de l'Exploitation agricole du Galion (EAG), à Trinité.....	132
3.2.2.	Les petits producteurs : deux mondes côte à côte.....	136
a)	Les petits planteurs livrant à l'usine du Galion : colons et « fournisseurs ».....	136
b)	Les petits planteurs livrant en distilleries agricoles : propriétaires et locataires.....	136
3.2.3.	Des acteurs stratégiques : « prestataires de services » et « chefs de file ».....	137
a)	Les « chefs de file » : glissement d'une terminologie.....	137
b)	Le cas particulier du Centre technique de la canne et du sucre.....	139
3.3.	Les exploitations de distilleries et leur unité de transformation.....	140
3.3.1.	L'exploitation agricole Bellevue et la distillerie JM Crassous de Médeuil.....	140
3.3.2.	L'exploitation agricole et la distillerie Neisson.....	142
3.3.3.	L'exploitation agricole La Montagne Pelée (EAMP) et la distillerie Depaz.....	146
3.3.4.	La Société martiniquaise de canne à sucre (SMCS) et la distillerie Saint-James.....	149
3.3.5.	L'exploitation agricole et la distillerie Trois-Rivières.....	150
3.3.6.	L'exploitation agricole et la distillerie La Mauny.....	151
3.3.7.	Exploitations Lareinty et Lapalun, et distillerie du Simon : une intégration particulière.....	154
3.4.	Les unités de transformation sans exploitation agricole.....	159
3.4.1.	Les distilleries agricoles sans exploitation en canne.....	159
a)	La distillerie La Favorite.....	159
b)	La distillerie Dillon, au cœur de la ville.....	160
3.4.2.	Les distilleries « non fumantes ».....	162
3.4.3.	La SAEM du Galion : un objectif de restructuration de la filière.....	162
3.5.	Synthèse relative à l'organisation de l'appareil industriel.....	164
3.5.1.	Les unités de transformation et leurs bassins d'approvisionnement.....	164
3.5.2.	Organisation des distilleries : approvisionnement en amont, commercialisation en aval.....	167
4.	Les organismes et les instances associés à la filière canne.....	169
4.1.	Les institutions interprofessionnelles en action.....	169
4.1.1.	Les structures de coordination de l'interprofession, entre planteurs et distillateurs.....	170
4.1.2.	Le Centre technique de la canne et du sucre : un « pilier » pour la filière.....	172
4.2.	La Chambre d'agriculture et les pouvoirs publics : des acteurs clés.....	173
4.3.	Crédit, aménagement et travaux : des banques aux prestataires de services.....	174
5.	Un territoire contrasté, une matière première connue, une filière organisée.....	175

2^{ème} PARTIE – MODALITES ET CONDITIONS DE DURABILITE DE LA PRODUCTION DE CANNE.....	177
--	------------

CHAPITRE IV – CONDUITE DE LA CANNE : QUELS ECARTS ENTRE TECHNIQUES ET PRATIQUES ?... 179

1. Points de méthodologie et compléments sur la culture	179
1.1. Passage des techniques aux pratiques : une autre façon d'aborder l'exploitation	179
1.2. Eléments complémentaires sur la conduite de la canne	181
1.2.1. Une culture pérenne, cultivée comme une culture annuelle	181
a) Cycles et calendrier cultural.....	182
b) Eléments sur l'agronomie de la canne : croissance et maturation	182
1.2.2. Quatre grands modes de conduite de la canne à la Martinique.....	184
1.3. Autres points de la démarche : analyse des écarts et itinéraire technique	186
2. L'installation de la culture : un investissement à long terme	187
2.1. Aménagement de la parcelle : de nombreuses variantes	187
2.1.1. Destruction des résidus du précédent cultural : une préférence pour le brûlage	187
2.1.2. Aménagements fonciers : remodelage et épierrage pour la mécanisation	188
a) Le remodelage : une pratique à replacer dans l'histoire de la mécanisation de la canne	188
b) L'épierrage et le drainage : une prise en compte diverse	190
2.2. Du sous-solage au sillonnage : profondeur de travail et nombre de passages.....	191
2.2.1. Travail profond : un enchaînement variable d'opérations	191
2.2.2. Analyse de sol, amendement calcique et organique : des options facultatives ?	192
2.2.3. Affinage et sillonnage : des travaux à soigner	193
2.3. Sélection variétale, mise en place et recouvrement des boutures.....	195
2.3.1. Les variétés de canne : historique, sélection et critères de choix actuels.....	195
a) De la « Canne Créole » aux hybrides modernes.....	195
b) De la complexité de la sélection variétale sur canne	197
c) Evolution contemporaine : un flux variétal continu	197
2.3.2. Approvisionnement et mise en terre des boutures	199
a) Gestion des pépinières : planification des quantités de plants et des variétés	199
b) L'approvisionnement en boutures : des stratégies d'adaptation.....	200
c) Les chantiers de plantation : vers la plantation mécanisée ?	203
2.3.3. Recouvrement et recourage : mécanisation et limitation des coûts	204
2.4. Les critères de choix de la replantation	206
3. Entretien : recherche d'efficacité et réduction des coûts	208
3.1. Fertilisation : la recherche d'efficacité au moindre coût	209
3.2. Désherbage : une lutte diversément conduite.....	213
3.3. Dératisation : une grande vigilance	215
4. La récolte : une forte extension de la mécanisation.....	216
4.1. De la récolte manuelle à la récolte mécanisée.....	216
4.2. Trois modes de récolte aux évolutions divergentes.....	219
4.2.1. La coupe manuelle : une mobilisation différente du personnel	222
4.2.2. La récolte mécanisée, en pleine expansion	223
4.3. Le brûlage de pré-récolte : éléments historiques et évolution	225

CHAPITRE V – DIMENSION ENVIRONNEMENTALE :**DE LA REPRODUCTIBILITE AGRO-ECOLOGIQUE AUX PAYSAGES..... 227**

1. Analyse à l'échelle du secteur de la production	230
1.1. Matériel végétal et pratiques culturales : impacts sur l'environnement	230
1.1.1. La canne, une plante « amélioratrice » des sols.....	230
1.1.2. Canne et érosion : préservation de la ressource sol ou risques potentiels ?	231
a) Culture de couverture et lutte anti-érosive	232
b) Plantation en courbe de niveau et en ligne : révision des idées reçues.....	233
c) Des préparations de sol encore agressives ?.....	234
1.1.3. Les intrants en canne : de faibles impacts.....	235
a) L'apport d'intrants agricoles à la Martinique : une situation préoccupante.....	235
b) Les engrais en canne : une faible source de pollution	236

c)	Les apports d'herbicides : une vigilance de mise	237
d)	Lutte contre les ennemis de la canne : sélection variétale et lutte biologique	238
1.1.4.	Incidences sur la préservation des ressources : des pistes à approfondir	241
a)	Rotation culturale : une réciprocité d'avantages	241
b)	Une canne AOC « saine » ? : croissance et maturation	242
1.2.	Modes de conduite : impacts sur la capacité productive du milieu de culture	244
1.2.1.	Fertilité physique et minérale : interrogations dues à la mécanisation	245
a)	Le tassement des sols : une menace encore difficile à évaluer	245
b)	Remodelage : quelles incidences réelles sur la productivité des sols ?	246
c)	Des restitutions accrues en récolte mécanisée ?	247
1.2.2.	Lutte contre les ennemis de la canne : quelles menaces liées à la monoculture ?	247
1.3.	Brûlages de pré-récolte et de post-récolte : incidences réelles et supposées	248
1.3.1.	Le non-retour d'une partie des pailles au sol : une perte multiforme	249
1.3.2.	Pollution : incidences non visibles du brûlage	250
1.3.3.	Synthèse sur le brûlage et mesure agri-environnementale	251
1.4.	Reproductibilité agro-écologique et environnement : la canne, un atout ?	253
1.4.1.	Contribution à la préservation des ressources naturelles : à quelles conditions ?	253
1.4.2.	Convergence d'intérêts : la canne rime-t-elle avec agriculture durable ?	255
2.	A l'échelle de la transformation : vers une industrie "propre" ?	257
2.1.	Impacts environnementaux des rejets industriels et perspectives	257
2.1.1.	Le rejet des vinasses : principale source de pollution par les industries de la canne	257
2.1.2.	Autres sources de pollution générées par le secteur de la transformation	259
a)	Brûlage de la bagasse et escarbilles : gestion de la pollution de l'air	259
b)	Vers la suppression du sous-acétate de plomb	260
2.2.	Des intérêts environnementaux à valoriser	261
2.2.1.	Valorisation de la biomasse : énergie renouvelable et recyclage	261
2.2.2.	Le recyclage des déchets pour l'amendement : une voie à renforcer	262
2.3.	Un souci de mieux en mieux pris en compte par les industriels	264
3.	Canne, paysage et environnement	265
3.1.	Un paysage naturel et industriel fortement marqué	265
3.2.	D'une image de monoculture « dévoreuse de sol » à celle de composante identitaire	267
3.3.	Le paysage, plus qu'un décor ou un cadre de vie : un patrimoine	268
4.	Une dimension amenée à prendre de plus en plus d'importance	271
CHAPITRE VI – DIMENSION ÉCONOMIQUE : VIABILITE DES UNITES DE PRODUCTION ET CONTRIBUTION A L'ECONOMIE TERRITORIALE		275
1.	Analyse économique au sein du secteur de la production agricole	276
1.1.	Incidences économiques de quelques pratiques et alternatives	277
1.1.1.	Installation de la culture : peuplement plus dense, coût de mise en place moindre	279
a)	Structure de la plantation et densité de peuplement	279
b)	Préparations simplifiées du sol : convergence d'intérêts économiques et écologiques	279
c)	De la coupe à la pile à la coupe mécanisée des boutures : un gain notable	282
1.1.2.	Entretien : réduction des coûts et augmentation des rendements	284
a)	Tendances pour la réduction des coûts d'entretien : la mécanisation, toujours ?	284
b)	Une alternative pour l'augmentation des rendements en zone sèche : l'irrigation	285
1.1.3.	Une pratique autrefois décriée : les cultures intercalaires	286
1.1.4.	Le brûlage avant récolte : une question d'organisation, de coût et de qualité	288
a)	Coupe manuelle, à la toise et à la tonne : en canne brûlée ou non brûlée ?	289
b)	Récolte mécanisée en canne brûlée ou non brûlée : une question de logistique	290
c)	Les risques de pertes qualitatives accrues en canne brûlée	292
d)	Brûlage et mesure agri-environnementale : effet incitateur ou encouragement ?	293
1.1.5.	Mécanisation totale de la récolte : des incidences sur les livraisons	296
1.1.6.	Un revenu brut (produit) fonction de la richesse et du rendement agricole	297
a)	Rendements moyens : une grande variabilité, sans corrélation significative	298
b)	Modalités de paiement en sucrerie et en distilleries	299
c)	Variabilité du CP et mode de conduite de la canne	301
1.2.	Viabilité économique des unités de production cannière	302
1.2.1.	Quelle rentabilité pour la culture de la canne ?	303

a)	Calculs selon les quatre modes de conduite : fonctionnements familial et sociétaire.....	303
b)	Coûts de production : des différences stratégiques de répartition entre postes.....	314
c)	Comparaison des marges : le soutien majeur des aides à la production	316
1.2.2.	Variantes selon l'organisation du travail et la performance agro-technologique.....	325
a)	Un facteur « travail personnel » à intégrer.....	325
b)	Des matrices de rentabilité fonction du tonnage et de la qualité des livraisons.....	326
c)	Les petits planteurs de distilleries : différences d'organisation par rapport aux colons.....	328
1.2.3.	Productivité de la terre et productivité du travail : une indispensable comparaison	329
a)	Une productivité très différente de l'heure de travail.....	330
b)	Maximiser le capital terre ou optimiser le temps de travail ?	331
1.2.4.	Revenu disponible : des résultats à rapporter à la surface cultivée.....	332
1.2.5.	Limites de surface en canne : acceptabilité de la gestion du travail et du revenu.....	333
a)	Quelle surface pour une répartition du travail « acceptable » ?	333
b)	RD annuel et revenus mensuels : calcul selon le nombre d'UTF et la surface	334
c)	Seuil de viabilité et unité minimale de viabilité : limites de revenus et de surfaces.....	335
1.2.6.	Au final, quelle viabilité selon les modes de conduite ?	339
a)	Des différences stratégiques liées à la mobilisation des moyens de production.....	339
b)	Plus des trois quarts des petites unités cannières familiales « non viables » ?	340
I.3.	La production de canne dans les DOM, la Caraïbe et le monde	342
I.3.1.	La canne dans les DOM et la Caraïbe : une place différenciée selon les régions	342
a)	Des filières domiennes très différentes	342
b)	Place de la canne dans la SAU des DOM et valorisation	342
c)	Une production caribéenne en diminution	343
I.3.2.	La canne dans le monde : première culture mondiale.....	345
2.	Analyse de la dimension économique au sein du secteur sucrier	346
2.1.	Le sucre dans le monde : prédominance du sucre de canne	346
2.2.	Le sucre des DOM : survivance dans un marché très réglementé.....	348
2.3.	La SAEM du Galion : un lien économique ténu	350
2.3.1.	Une production limitée, une commercialisation concurrencée	350
a)	Un sucre cher et difficile à écouler.....	350
b)	Tous les espoirs viennent-ils du rhum ?	352
2.3.2.	Déficit chronique de la SAEM du Galion et positions politiques	353
a)	Rallonges de capital et subventions : « l'originalité martiniquaise »	353
b)	Derniers plans d'investissements et nouvel audit.....	354
c)	D'une gestion politique à une gestion entrepreneuriale : déclarations d'intentions	355
d)	Une dernière chance pour la SAEM ?	356
2.3.3.	Quelle rentabilité économique du « projet Galion » à l'échelle du territoire.....	357
3.	Analyse économique au sein du secteur rhumier	358
3.1.	L'imbrication des différents marchés du rhum	358
3.1.1.	Le marché mondial : une prédominance du rhum de sucrerie et de Baccardi.....	359
3.1.2.	L'Europe : ouverture et concurrence sur un marché rhumier important.....	360
a)	Consommateurs et fournisseurs de rhum en Europe	360
b)	Coopération et législation européennes : une politique d'ouverture pour le rhum	361
c)	Evolution des importations : perte de terrain pour les rhums des DOM.....	362
d)	La concurrence tarifaire des pays ACP et des pays tiers : menace pour le rhum domien.....	363
3.1.3.	Marché français : des protections en faveur des DOM.....	364
a)	Des définitions réglementaires favorables aux DOM.....	364
b)	Le régime contingentaire : reconduction jusqu'en 2002	365
c)	Le régime fiscal : modalités pour la vente sur le marché intérieur et à l'exportation	366
3.1.4.	Le rhum des DOM : la Martinique « en tête ».....	367
a)	RTS, rhums légers et rhum agricole.....	367
b)	La spécialisation martiniquaise vers le rhum agricole.....	369
3.2.	Secteur rhumier et filière rhum agricole : quelle viabilité ?	370
3.2.1.	L'activité et la rentabilité des distilleries agricoles martiniquaises.....	370
a)	Attribution des contingents : le poids des groupes économiques	371
b)	Une certaine santé financière, rehaussée par des aides à la transformation.....	373
c)	... malgré des fluctuations de la demande en canne et des difficultés de prévisions.....	374
3.2.2.	Des retombées économiques encore difficiles à appréhender pour l'AOC Martinique	376
4.	Convergence économie-écologie, détour par la dimension sociale	377

CHAPITRE VII – DIMENSION SOCIALE : DE LA VIVABILITE A LA DYNAMIQUE SOCIO-TERRITORIALE	383
1. Composantes de la société martiniquaise et position dans la filière	385
1.1. La population noire et métissée : les Martiniquais de couleur	385
1.2. La population blanche créole : le groupe à part des « Békés »	386
1.3. Une population blanche européenne croissante : les « Zorèys »	389
1.4. Les autres communautés : Coolies, Syriens et autres	390
1.5. Une stratification socio-ethnique héritée de l'histoire de la canne	391
2. Planteurs et ouvriers de la canne : quelle vivabilité sociale ?	394
2.1. « Travailler dans la canne » : des représentations évolutives	394
2.1.1. Blessures d'origines et représentations héritées du système esclavagiste colonial	394
a) Violence physique et symbolique : la canne, « instance de malheur et de mort »	394
b) Une revalorisation idéologique à Cuba : la canne, fierté nationale	395
c) Une transmutation inopérante dans les DOM : la canne, « culture de miséreux »	396
2.1.2. Facteurs socio-économiques après l'esclavage : des « courroies de transmission » ?	398
a) Le marronage : le refus de la fatalité	398
b) De la déconsidération au désengagement : une répulsion atavique pour le travail	399
c) Une différence fondamentale avec la banane : une diversification réussie	399
d) De la volonté farouche de « fuir la canne » aux stéréotypes actuels	400
2.1.3. Problème d'engagement dans la culture de la canne : un frein à sa durabilité ?	402
a) Planteurs de canne et ouvriers, aujourd'hui : deux fonctions, deux connotations	402
b) Du dénigrement de la coupe à la difficulté de trouver des coupeurs	402
c) Une adhésion différente selon le mode de coupe	404
2.2. Insertion des acteurs dans la société, éthique et développement humain	405
2.2.1. Personnel d'exploitation : évolution des opportunités économiques	406
a) Des alternatives plus attractives : quelle évolution depuis la départementalisation ?	406
b) Formation-revalorisation : un couplage au départ non effectué	407
c) Un personnel mieux payé, aux compétences accrues	408
2.2.2. Planteurs de canne : promotion sociale et opportunités économiques	409
a) Un problème persistant de promotion sociale liée à la canne ?	409
b) La banane : la grande concurrente de la canne, en termes économiques ?	412
2.2.3. Nouvelles donnes socio-économiques : un avantage pour la durabilité de la canne ?	414
a) Prise en compte du système d'activités : place et rôle de la canne	414
b) Une nouvelle perception du petit producteur cannier ?	415
c) Atouts organisationnels de la culture canne en 2001 : ouverture d'un espace de liberté	416
3. Dynamique interne de la filière et articulation entre segments	417
3.1. Organisation des planteurs de canne : relations intra filière	418
3.1.1. Le colonat : une organisation spécifique	418
a) Le système de colonat à l'EAG : un modèle dans la filière	418
b) Un autre exemple de colonat, à Sainte-Marie : un objectif de fidélisation	420
c) Quelle autonomie vis-à-vis des autres acteurs ?	421
3.1.2. Un relationnel de proximité : avantage ou handicap en matière de durabilité ?	422
a) Canne-banane : différence de motivations et d'autonomie pour les petits planteurs	422
b) Pour la canne : un bilan mitigé	423
3.2. Paiement et orientation des cannes : négociations producteurs/transformateurs	424
3.2.1. Négociation des quantités de canne : difficultés d'adéquation offre/demande	424
a) Seuil de viabilité pour la SAEM du Galion : 125 000 ou 100 000 tonnes de canne ?	424
b) Une baisse de la demande en canne qui engendre une baisse de l'offre	426
c) Une offre en cannes qui suit la demande à la hausse à partir de 1999	427
3.2.2. Choix du lieu de livraison des cannes : usine ou distilleries ?	428
a) Alignement du prix de base en sucrerie et distilleries, et adaptations	428
b) Différences de prix : principe de calcul et aléas climatiques	429
c) Morcellement et étalement des paiements en sucrerie : une procédure lourde	431
3.2.3. Incidences en terme de durabilité selon les acteurs et perspectives	431
a) Paiement et orientation des cannes : incidences pour le Galion et ses fournisseurs	431
b) Le rôle stratégique des prestataires et des transporteurs : des intermédiaires-clés	432
c) Contrats de livraisons et droits de plantation : la filiosité des acteurs	433
3.3. Accès aux aides et répartition entre acteurs : quelle acceptabilité sociale ?	435

3.3.1.	Subventions pour la production de canne : modalités et difficultés d'accès.....	436
a)	« Vrais » ou « faux » agriculteurs ?	436
b)	Des mécanismes complexes.....	436
3.3.2.	Répartition des aides à la filière : quelle acceptabilité sociale à terme ?	438
a)	Une flagrante inégalité de répartition.....	438
b)	De l'importance des réseaux : un aspect crucial pour « tirer profit » des aides.....	440
c)	Une acceptabilité de plus en plus remise en cause	441
4.	Société, filière et territoire : des liens multiples	442
4.1.	La canne et ses industries : contribution à la dynamique socio-territoriale.....	442
4.1.1.	Emplois et stabilité sociale : une importance multiforme.....	442
a)	Concernant les emplois : un discours à relativiser	442
b)	Nombre d'emplois et nombre de planteurs : des équations différentes	444
4.1.2.	Dynamique de filière et mobilisation des acteurs : solidarité et action syndicale.....	444
a)	Dynamique en terme de développement rural : entraide et action syndicale.....	444
b)	L'absence de culture d'usine au Galion : un frein pour une gestion entrepreneuriale.....	445
c)	De la nécessaire fédération de tous les acteurs pour le maintien du Galion	446
4.2.	Rapports de la société à la filière : pratiques, produits, structures	448
4.2.1.	Acceptabilité sociale de quelques pratiques agro-industrielles.....	448
a)	Regard sur les pratiques des planteurs : intolérance ou indulgence ?.....	448
b)	Acceptabilité des pratiques industrielles : une préoccupation croissante	451
c)	Des réactions sociales qui interpellent	452
4.2.2.	Industrie sucrière et sucre : une image en "reconstruction"	453
a)	Le Galion : un fonctionnement décrié, mais un patrimoine apprécié	453
b)	Sucre roux : une re-lecture de la « qualité » du produit.....	456
c)	Intérêts nutritionnels, énergétiques, culturels : pistes de valorisation du sucre	458
4.2.3.	Le rhum à la Martinique : un produit omniprésent, une lente revalorisation	459
a)	Consommation traditionnelle et diversité d'usages.....	459
b)	Des images contradictoires, selon les circonstances	461
c)	Positionnement des produits rhumiers	462
4.3.	Déplacement d'enjeux : dimension patrimoniale et identitaire de la canne	463
4.3.1.	La canne, le sucre et le rhum : plus que des éléments de tradition	463
4.3.2.	Un nouveau regard de la société martiniquaise sur la canne ?.....	465
a)	Superposition d'images complexes : du champ « infernal » au champ « poétique »	465
b)	Un lien affectif aux cannes créoles	467
4.3.3.	Un rôle également pédagogique	467
5.	Des conditions sociales favorables à la durabilité de la canne ?.....	468
CHAPITRE VIII - DIMENSION FONCIERE DE LA PRODUCTION CANNIERE		471
1.	Transmissibilité intergénérationnelle des unités de production.....	471
1.1.	La question foncière à la Martinique jusqu'au milieu du XX ^e siècle	471
1.1.1.	Les premières formes d'accès à la terre des Martiniquais de couleur : le colonat.....	472
1.1.2.	L'accession à la propriété privée	472
1.2.	De la réforme foncière aux lotissements ruraux.....	474
1.2.1.	Morcellement et indivision : quelle transmission ?	475
a)	Des parcelles de plus en plus morcelées	475
b)	Gestion en indivision : un avantage pour le maintien du capital foncier ?	477
1.2.2.	Difficulté d'accès à la terre : un frein à l'installation	478
1.2.3.	Mitage des terres agricoles, spéculation et non-loi.....	479
1.3.	Trajectoires d'évolution des unités de production cannière	481
1.3.1.	Des différences notables selon le type d'exploitations	481
a)	Location et colonat : un choix qui dépend du propriétaire foncier.....	481
b)	Quel devenir pour la petite propriété ?.....	482
1.3.2.	Relations à la terre selon les communautés : incidences sur la transmissibilité.....	483
2.	Contribution de la canne à la préservation du capital foncier.....	485
2.1.	Un problème de maîtrise foncière qui dépasse la filière canne	485
2.2.	Face à l'évolution foncière actuelle : quelles alternatives ?	486
2.2.1.	Des réserves quant à la poursuite d'une réforme foncière	486
2.2.2.	L'action de la SAFER : une tâche difficile.....	487
2.2.3.	Vers une maîtrise foncière à l'échelle territoriale : GFA ou « banque de terres » ?	488

2.3.	Quel rôle pour la canne dans la préservation des terres agricoles ?	490
CHAPITRE IX – SUR QUELLES UNITES APPUYER LA DURABILITE DE LA PRODUCTION CANNIERE ?		492
1.	Conditions de durabilité des systèmes d'activités	492
1.1.	Éléments méthodologiques : système d'activités et typologie	492
1.1.1.	Fonctionnement du système d'activités : des objectifs aux résultats	492
1.1.2.	Une combinaison d'approches pour construire la typologie	493
1.2.	Typologie des systèmes d'activités : une durabilité variable	495
1.2.1.	Groupe A : des petits planteurs gérant eux-mêmes la coupe de leur canne, en mode I	495
a)	Les colons de l'EAG et les autres petits planteurs (livraisons < 500 t)	495
b)	Type A1 - Les « traditionnels » : une culture annexe qui vise à « marquer le sol »	496
c)	Type A2 - Les « jobeurs » : une stratégie anti-aléatoire pour une trésorerie régulière	497
d)	Type A3 - Les « débrouillards » : la canne, un complément stratégique	499
e)	Type A4 - Les « battants » : maximisation du revenu , fort investissement en travail	499
1.2.2.	Groupe B : des planteurs ayant recours à la prestation pour la récolte	501
a)	Type B1 - Les « fidèles » : la canne, un revenu accessoire pour des acteurs retraités	501
b)	Type B2 - Les « audacieux » : complément stratégique et prestation partielle	502
c)	Type B3 - Les « attentistes » : un revenu complémentaire pour des propriétaires	503
1.2.3.	Groupe C : les planteurs-prestataires de services	504
a)	Une grande variété de profils pour les opérateurs privés intervenant en canne	504
b)	C1 et C2 - Les prestataires « opportunistes » et les prestataires « innovateurs »	505
1.2.4.	Groupe D : les « intégrés » et les « privilégiés »	506
1.3.	Quelles sont les unités de production cannière les plus durables ?	507
1.3.1.	Des unités de production cannière peu ou pas durables	507
1.3.2.	Des unités à durabilité moyenne	509
a)	En mode I : l'installation de colons de type A4 à encourager	510
b)	En mode II : des installations à prévoir en types B2 et B3	510
c)	Les prestataires de services : des acteurs-clés	511
1.3.3.	Des unités à durabilité forte : groupe D	512
1.3.4.	Quelle population de planteurs dans les années à venir ?	513
2.	Durabilité des débouchés pour la production de canne	514
2.1.	Critères de durabilité pour le Galion : une usine aux rôles multiples	514
2.1.1.	Une durabilité conditionnée par la pérennité du soutien public	515
2.1.2.	La question de rentabilité financière du Galion : un débat à clore ?	517
2.2.	Du lien affectif à de nouvelles voies de valorisation	518
2.2.1.	Canne de bouche et jus de canne : pour une meilleure prise en compte territoriale	519
2.2.2.	Autres débouchés pour la canne : quelles perspectives économiques ?	520
a)	La diversification des produits finis transformés : une voie à explorer	521
b)	De très nombreuses voies de valorisation, mais pour quelles perspectives ?	521
3.	Un avenir en devenir	523

VOLUME II**3^{EME} PARTIE : QUELLE CONTRIBUTION POSSIBLE DE L'AOC****A LA DURABILITÉ DE LA PRODUCTION CANNIÈRE ? 525****CHAPITRE X - L'AOC « RHUM AGRICOLE MARTINIQUE » : UNE LONGUE CONSTRUCTION 526**

1.	La lente émergence de l'AOC Martinique : fondement de la construction et premières difficultés.....	526
1.1.	Dans les années trente : une première convention collective	526
1.2.	1950-1960 : un marché en déclin, dominé par les négociants.....	527
1.2.1.	Une normalisation contraignante du marché	527
1.2.2.	Une domination croissante des négociants	527
1.2.3.	La mise en place d'actions collectives : promotion et organisation.....	528
1.3.	1972-74 : création de l'APPERAM et première demande de l'AOC.....	529
1.3.1.	L'association des distillateurs-embouteilleurs, premier syndicat professionnel	529
1.3.2.	Du label à la demande d'AOC.....	530
1.3.3.	Les motifs de la demande présentée par l'APPERAM.....	531
1.4.	Les premiers obstacles à la qualification.....	532
1.5.	La réouverture des débats.....	533
1.5.1.	Un marché national en baisse constante, mais changeant.....	533
1.5.2.	Une réorientation de la politique des négociants	535
2.	Travaux préparatoires : concessions et compromis	535
2.1.	1989 : première Commission d'enquête et relance du dossier	536
2.2.	1992-1995 : organisation collective et seconde Commission d'enquête.....	537
2.3.	1996 : la promulgation du décret tant attendu.....	538

CHAPITRE XI - PRINCIPE DE BASE DE L'AOC : ANCRAGE AU TERROIR OU AU TERRITOIRE ? 540

1.	AOC, « terroir » et « territoire ».....	540
1.1.	Territoire et terroir : définitions	540
1.2.	Efficience de la démarche AOC et ancrage au territoire : questionnement.....	542
2.	A travers les liens avec le milieu physique : de l'explicite à l'implicite	544
2.1.	Difficultés de reconnaissance des liens canne -terroir agronomique-rhum.....	544
2.1.1.	Un milieu physique hétérogène	544
2.1.2.	Complexité des liens entre typicité du rhum et « terroir ».....	545
2.1.3.	Reconnaissance des liens canne-terroir agronomique-rhum : des compromis.....	548
2.2.	Première délimitation de l'aire géographique pour l'AOC rhumière.....	551
2.2.1.	Une délimitation sans liens explicites au terroir : une gageure ?.....	551
a)	Critères retenus : usage et hydromorphie.....	551
b)	Prises de position : vers le maintien de la diversité.....	553
2.2.2.	Enquête publique et réclamations : plus de demandes d'exclusions que d'inclusions.....	553
2.2.3.	L'aire officielle AOC Martinique : un « habit démesuré ».....	555
2.3.	Des limites de la première délimitation à sa nécessaire révision.....	557
2.3.1.	Les « oublis » de la première délimitation.....	557
2.3.2.	SAU, aire AOC et sole cannière : des incohérences difficiles à gérer.....	558
2.3.3.	Des limites méthodologiques : conséquence de la « course contre la montre »	559
2.3.4.	Réajustement de l'aire et révision méthodologique.....	560
2.4.	Un « terroir » de l'AOC plutôt conçu comme un « territoire »	561
3.	A travers la codification des usages : une prédominance technologique.....	563
3.1.	Mise en place du cahier des charges : une « petite révolution » ?.....	563
3.2.	Conditions de culture : favoriser l'expression du « terroir ».....	565
3.2.1.	Des techniques d'artificialisation limitées : une meilleure expression du terroir	565
3.2.2.	Rendements et période de coupe : des limitations peu contraignantes	566
3.3.	Spécificité et qualité de la matière première : une faible valorisation.....	566
3.3.1.	Pas de « canne à rhum » jusqu'ici.....	567

3.3.2. Paiement des cannes : vers une plus grande incitation à la qualité ?	568
3.4. Techniques de transformation : vers plus de maîtrise	569
3.5. Produits finis : conditions de mise sur le marché et agrément	572
4. A travers l'identification de la typicité : reconnaissance et protection	574
4.1. Antériorité, notoriété, démarche qualité	574
4.2. Détermination de la typicité : analyses physico-chimiques et tests organoleptiques	575
4.3. Une typicité reproductible, mais un ancrage indéfectible au territoire	576

CHAPITRE XII - DES STRATEGIES D'ENTREPRISES TERRITORIALES OU SECTORIELLES ?579

1. D'une « AOC de distillateurs » à une « AOC de filière »	579
1.1. Le mouvement corporatiste industriel : un ancrage territorial fort ?	579
1.1.1. Le poids prépondérant des grandes distilleries	580
1.1.2. Une participation inégale, suivant les distillateurs	581
1.2. Le scepticisme des moyens et grands planteurs non-distillateurs	583
1.3. L'absence des petits planteurs : relations privilégiées et individualisme	584
1.4. Vers un élargissement de la construction sociale de l'AOC ?	586
2. Produit standard ou spécifique, marché dédié ou générique ?	588
2.1. Concentration industrielle et maîtrise technique : homogénéisation du produit ?	588
2.1.1. Un paysage industriel menacé dans sa diversité	589
2.1.2. L'homogénéisation : une étape inéluctable, qui se veut transitoire	589
2.2. Produit de luxe et rhum générique : une cohabitation dangereuse	591
2.2.1. Sur le marché martiniquais : une « guerre » commerciale	591
a) Quatre types de stratégies	593
b) Une évolution de l'offre et de la demande, ainsi que de la distribution	596
c) Les risques d'un manque de coordination sur le plan commercial	597
2.2.2. En France : la politique du vrac	598
a) Le jeu des grands distillateurs : la logique économique contre l'AOC ?	598
b) La qualité peut-elle rimer avec « marques génériques » ?	600
c) Positionnement des marques en France et menaces commerciales	601
2.2.3. Les entreprises familiales : des stratégies plus territoriales ?	603

CHAPITRE XIII – MISE EN SCENE ET PROMOTION DU RHUM AGRICOLE « MARTINIQUE » : LIENS IMMATERIELS AVEC LE TERRITOIRE

1. Marché extérieur : représentations, consommation et promotion	605
1.1. De la quête d'exotisme à celle d'authenticité sur le marché français	606
1.1.1. De l'imagerie coloniale à celle de l'après-guerre	606
1.1.2. Stéréotypes et méconnaissance du rhum en France jusqu'aux années 1970	608
1.1.3. Des consommateurs français de plus en plus avertis	610
1.2. Promotion collective de l'AOC rhumière à l'exportation	611
1.2.1. Des objectifs divergeants, des thèmes réducteurs	611
1.2.2. Le rhum AOC Martinique : produit de terroir ou produit exotique ?	614
1.3. Des dénominations peu avantageuses	615
1.3.1. La non-spécificité du mot « rhum »	615
1.3.2. Une législation nominale peu favorable	615
1.3.3. Des dénominations sources de confusions	616
1.4. Choix entre protection et innovation	616
1.4.1. L'assistanat contingentaire : une assurance commerciale ?	616
1.4.2. Valorisation de la « french touch » et de la qualité	617
1.4.3. Des stratégies contradictoires pour promouvoir l'AOC Martinique	618
2. Perceptions et promotion du rhum et de son appellation à la Martinique	618
2.1. De la revalorisation culturelle à l'anoblissement du rhum	618
2.1.1. Au départ : un sous-produit du sucre dénigré	619
2.1.2. Une reconnaissance extérieure : détour par le regard de l'« Autre »	619
2.1.3. Une revalorisation en retour dans l'espace intérieur	620
2.1.4. Une revalorisation indépendante de l'AOC et différenciée	621

2.2.	Des relations qui n'ont pu s'établir, une appropriation collective avortée	622
2.2.1.	L'AOC, « une affaire de Béké » ? : analyse d'une appréciation erronée	622
a)	Elaboration du rhum AOC : répartition du savoir-faire et solidarité interne	623
b)	Tentative de détournement d'un bien collectif	624
2.2.2.	Un produit emblématique : différences de perceptions pour les uns et les autres.....	625
2.3.	Stratégies de promotion individuelles et collectives à la Martinique	626
2.3.1.	Le manque d'appropriation collective et de promotion locale : des occasions perdues	626
a)	La manne touristique.....	626
b)	Les Martiniquais : une « courroie de transmission » de l'AOC négligée	627
2.3.2.	A l'échelon martiniquais : innovation et individualisme	628
a)	Une évolution quant à la promotion individuelle du rhum	628
b)	Un manque de coordination dans l'intégration des aménités territoriales	629
2.4.	L'AOC : un outil de promotion pour le territoire non pris en compte	631
2.4.1.	Un manque de relais par les institutions martiniquaises	631
2.4.2.	Interférence politique : positions vis-à-vis du tourisme et du secteur cannier	631
2.4.3.	Des intérêts réciproques d'une appropriation collective de l'AOC	632
3.	D'une AOC Martinique à une AOC martiniquaise	633
3.1.	Des blocages induits par une triple césure	634
3.1.1.	Césure socio-ethnique : un frein à l'appropriation collective de l'AOC Martinique.....	634
3.1.2.	Césure entre logique sectorielle et appartenance à un territoire	635
3.1.3.	Césure spatiale entre lieu de production et lieu de promotion de l'AOC.....	636
3.2.	Identité et territoire : une problématique non spécifique à la Martinique	637
3.2.1.	Différence entre le « nombrilisme » et l'existence au monde.....	637
3.2.2.	Une question complexe, à la fois universelle et unique	638
3.3.	Une AOC identitaire pour le développement ?	639
3.3.1.	Une construction qui a su dépasser « l'individualisme »	639
3.3.2.	Ancrage au territoire et appropriation collective : quelles perspectives ?.....	639
a)	Positionnement des produits comme « haut de gamme » et logique territoriale	640
b)	Une nécessaire mutation sociale ? : espoirs et réalité.....	641
c)	Ré-appropriation de l'espace et valorisation collective : des prémices	642

CONCLUSION	643
-------------------------	------------

BIBLIOGRAPHIE (Classement alphabétique)	653
--	------------

BIBLIOGRAPHIE (Classement alphabétique)	674
--	------------

ANNEXES

TABLE DES MATIERES

Ré-édition Octobre 2003

RESUME :

Les évolutions récentes relatives à la canne et à ses deux principaux produits finis (le sucre et le rhum) à la Martinique ont conduit à s'interroger sur le devenir de cette production agro-industrielle. La présente thèse, qui porte sur cette problématique, a fait l'objet de collecte de données et d'analyse sur le fonctionnement des unités de production cannière, resituées dans leur filière, et sur la construction de l'Appellation d'origine contrôlée (AOC) « Rhum agricole Martinique ». Elle contribue ainsi à la connaissance et à la compréhension de cette filière canne, en témoignant de la situation à l'aube du XXI^e siècle. Partant d'une réflexion prospective sur l'avenir de la production cannière martiniquaise, elle propose une méthodologie d'analyse pour réfléchir au devenir de petites productions agro-industrielles, dans un contexte socio-économique fragile. La problématique du devenir de la canne à la Martinique est analysée à partir du concept central de durabilité, favorisant la prise en compte des différentes dimensions de cette production (environnementale, économique, sociale, foncière).

Comme dans nombre d'anciennes « îles à sucre », la canne a connu un important déclin dans cette île depuis les années soixante. Celui-ci n'a pas empêché la valorisation par la voie du territoire, à travers l'AOC rhumière, obtenue en 1996. Dans un contexte de marchés sucriers et rhumiers incertains, cette thèse montre que l'avenir de la production cannière passe par le renforcement de la dimension patrimoniale du rhum agricole Martinique et la valorisation du rôle de la canne dans la construction identitaire et le développement territorial. Au-delà des séquelles liées à l'esclavage, le rôle de la canne dans la structuration de la société, l'économie, la culture, le patrimoine architectural et paysager, en fait l'élément fondateur du territoire martiniquais. Cependant, du fait de césures socio-ethniques persistantes, la dimension identitaire de cette culture a du mal à se cristalliser dans l'AOC « Martinique », encore très jeune. Prendre conscience de la contribution de la filière canne au développement durable du territoire pourrait favoriser la convergence des intérêts individuels et collectifs, socio-économiques et environnementaux.

MOTS-CLES : Martinique / filière / canne à sucre / sucre / rhum / AOC / durabilité / territoire.

THE CONDITIONS OF SUGARCANE PRODUCTION SUSTAINABILITY IN MARTINIQUE: A TERRITORIAL APPROACH

ABSTRACT:

The recent evolutions relative to the sugarcane and to its two main finished products (the sugar and the rum) in Martinique led in interrogate about the future of this production. The present thesis, which concerns this problem, was the object of collection of data and analysis on the functioning of sugarcane production units and on the construction of the controlled label (AOC) "Martinique agricultural rum". It contributes so to the knowledge and to the understanding of the martinican sugarcane production at the dawn of the XXIth century. From a forward-looking on the future of the martinican sugarcane production, it proposes a methodology of analysis to think about the future of small agro-industrial productions, in a fragile socioeconomic context. The problem of the sugarcane future in Martinique is analyzed from the central concept of durability, allowing the consideration of the various dimensions of this production (environmental, economic, social, land).

As has been the case in other old "sugar islands", sugarcane has known a significant decline in Martinique since the sixties, however the AOC label for Martinique agricultural rum obtained in 1996 allowed for a certain enhancement of the territory. In the context of an unsure sugar and rum market, this thesis shows that the future of sugarcane production goes through the strengthening of the patrimonial dimension of Martinique agricultural rum, as well as the valorization of the role of sugarcane in the construction of the identity as well as the development of the territory. Beyond the side effects of slavery, the role of sugarcane in the structuring process of martinican society, economy, culture, architectural and landscape heritage, makes this crop the key element of the territory. However, because of persistent socio-ethnic caesuras, the identity dimension of this culture finds it difficult to crystallize in the label "Martinique", still quite new. Acknowledging the contribution of sugarcane to the sustainable development of the territory could be favorable to the convergence of the individual and collective, socio-economic and environmental interests.

KEYWORDS: Martinique / sugarcane / sugar / rum / AOC label / sustainability / territory.