

Les confréries œnogastronomiques comme dispositifs situés et incarnés du patrimoine alimentaire*

Anne Parizot (Dijon)

Abstract

Often perceived as folkloric institutions, œnogastronomic brotherhoods nonetheless play a structuring role in contemporary food dynamics and reflections on sustainability, food relocation, and the heritage of taste. Through their attachment to local products, their recognition rituals, and their community grounding, they contribute to a redefinition of production, consumption, and transmission circuits. This article presents an exploratory analysis of a sample of brotherhoods by identifying in their multimodal discourses the constitutive elements of local, sustainable, and territorial food. Furthermore, it will also demonstrate that they embody a socially invested place in the sense of eco-terminology, which reinforces their grounding in the face of globalized standardization dynamics.

Chaque confrérie est le récit de son terroir. Le respect de son passé. La lucidité du présent. Le fondement de l'avenir... l'histoire d'une identité », indique le Comité de coordination Région Ile de France des confréries sur son site.

(CO.CO.RI.CO)

1 Introduction

Valeurs refuges en période de crise, la cuisine, la gastronomie et le vin marquent les composantes fortes de l'identité du territoire et des êtres qui le constituent. La quête de l'authenticité perdue et réclamée par les citoyens a pour conséquence la montée en puissance des pratiques alimentaires et du terroir qui croisent le patrimoine popularisé par le Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine immatériel de l'UNESCO (2003). Le patrimoine et les traditions alimentaires intègrent le patrimoine culturel immatériel (PCI). Patrimoine et territoire ont en commun de donner du sens et de la valeur à des objets ; ils participent à l'émergence d'un espace commun, dans lequel le groupe se reconnaît, dont il se revendique, et autour duquel il se construit.

L'alimentation et l'incorporation alimentaire s'apprécient en termes de qualités symboliques morales (cf. Fischler 1990) par de-là la fonction nutritive. Si cette dernière se vit individuellement, la fonction symbolique se partage. Cette dimension dans l'approche de Goffman (1973) pose l'alimentation partagée comme le cadre d'un théâtre de mise en scène du soi, où les goûts, les valeurs permettent de se relier aux autres.

* Conformément aux usages de notre institution, nous indiquons ici la signature scientifique unifiée de l'établissement : Université Bourgogne Europe, TIL UR 4182, à Dijon, France.

Dans un contexte du local qui tend à s'institutionnaliser, de l'authentique et d'un retour du terroir, dans un environnement globalisé qui doit résister aux contraintes climatiques et aux enjeux environnementaux, les confréries œnogastronomiques s'inscrivent comme éléments d'un patrimoine multimodal (histoire, culturel, linguistique, socio-économique) mettant en avant la confraternité, la gastronomie locale, durable et territoriale. Souvent reléguées aux marges de la réflexion académique contemporaine sur les systèmes alimentaires, elles redeviennent pertinentes à la faveur des mutations actuelles du rapport à l'alimentation, au territoire et au vivant. Ces groupements – parfois anciens, parfois néo-traditionnels – réunissent des individus autour de la célébration d'un produit, d'un plat ou d'une pratique culinaire emblématique d'un terroir et d'un territoire. Ils articulent ainsi des dimensions symboliques, sensorielles et territoriales (cf. Parizot 2015, 2020, 2021) tout en respectant la notion de durabilité.

La durabilité alimentaire, entendue dans ses trois dimensions – écologique, sociale et économique – ne peut se penser sans ses ancrages territoriaux, ses formes narratives, ses médiations rituelles.

Après avoir défini dans une première partie de manière plus précise la problématique et les objectifs poursuivis ici, ainsi que la méthodologie et le corpus, la seconde partie pose le contexte de la recherche et les fondements théoriques des concepts utilisés, en s'appuyant sur une revue de littérature. La troisième partie analyse le discours des confréries du patrimoine alimentaire, mettant en évidence le processus de visibilisation et de valorisation de l'alimentation locale et durable. Enfin, la conclusion souligne l'importance de faire (re)vivre ces communautés en les considérant comme de véritables acteurs du territoire en lien avec l'alimentation locale et durable.

2 Problématique et objectifs

Les confréries présentes dans le paysage français (elles existent également dans de nombreux pays) définies comme folkloriques, incarnent une dimension territoriale et un espace d'élaboration et de distribution de produits de terroir, tout en s'inscrivant dans un périmètre économique et social.

La problématique à laquelle nous essaierons de répondre est relativement simple à formuler : il s'agit de savoir si les confréries peuvent être considérées comme des leviers de la gastronomie locale, durable et territoriale et comment elles interviennent dans les processus de patrimonialisation alimentaire des produits locaux. En d'autres termes, cela revient à s'interroger sur leur rôle dans cette dynamique à trois dimensions, et sur les moyens que ces confréries mettent en œuvre.

Dans cette perspective, nous faisons les hypothèses suivantes : les confréries ne sont pas de simples conservatoires du goût, mais des leviers, des promoteurs de reterritorialisation, de cohésion communautaire et de narration identitaire autour de produits locaux. Par leurs pratiques discursives, vestimentaires, relationnelles, elles participent à la construction de la valeur des produits, à leur légitimation symbolique et à la reconfiguration des circuits de sens et de distribution. Elles prennent également la forme de marques territoriales sensibles en partageant des pratiques similaires.

Une telle problématique renvoie obligatoirement à un entrecroisement de leurs discours qui traduisent leurs actions, de leurs positionnements et de leurs valeurs au sein de la société et plus encore, au sein de leur terroir et territoire. En analysant ceux-ci, la problématique associe également la culture qui semble à la fois commune mais souligne des hétérogénéités liées aux produits, au terroir et au territoire. Il s'agira alors d'examiner la notion du local et plus globalement de lieu en abordant le passage du *space* au *place* (cf. Cresswell 2014).

Nous mobilisons une méthodologie qualitative et exploratoire dans une dimension communicationnelle, ethnographique et holistique à partir des discours textuels et iconiques présents sur les sites des confréries, lors de manifestations de valorisation des produits ou des confréries elles-mêmes, mais aussi à partir de textes scientifiques et journalistiques ; la question de l'alimentation locale (ou des circuits courts), voire authentique, présente dans les mentalités actuelles suscite l'intérêt.

Notre corpus, constitué de confréries bachiques et/ou gastronomiques, réparties sur l'ensemble du territoire français, représente 213 confréries. Cependant nous avons sélectionné, dans les limites de cet article, un échantillon d'une cinquantaine de ces associations, ayant un site ou une page dédiée via leur fédération ou académie, présentes sur les réseaux sociaux, ou encore signalées sur les sites des journaux régionaux ou locaux qui entretiennent le lien avec la population. En effet, la presse et la télévision régionales (voire nationales), témoignent généralement des diverses manifestations de celles-ci.

Leurs discours et leurs actions seront analysés afin de définir s'ils sont significatifs d'un ancrage local incarné, s'ils constituent un patrimoine vivant et situé caractérisant toute une filière, en lien avec l'ensemble des acteurs du territoire (producteurs, commerçants, institutions, collectivités, politiques, citoyens, etc.).

3 Contextualisations

Cette première partie vise à présenter les fondements de la recherche en relation d'une part, avec notre laboratoire et d'autre part, avec les théories développées par les différentes disciplines, notre étude se voulant holistique.

3.1 Contexte institutionnel

Le présent article s'inscrit dans le contexte scientifique du Centre Interlangues Texte, Image, Langage (TIL UR 4182) de l'Université de Bourgogne Europe, dans lequel l'alimentation est abordée de façon multimodale. La multimodalité s'apprécie dans ce cadre, via une contextualisation culturelle où le rôle de l'alimentation est perçu comme un fait ethnographique, paradigme de l'anthropologie alimentaire à la croisée des disciplines (cf. Augé 2013 ; Lardellier 2011), une contextualisation médiatique (entre textes et émissions culinaires) et une contextualisation scientifique où les discours sont étudiés dans une perspective communicationnelle entre savoirs et expérience (dimension ontologique). Elle introduit la notion des milieux spécialisés (cf. Gautier 2019), d'inscriptions mémorielles (diachronie) et de supports de valorisation menant à la construction d'imaginaires.

Ayant situé le cadre institutionnel, nous abordons le cadre théorique par l'approche des concepts à la base de cette recherche et une revue de littérature.

3.2 Cadre théorique

Le premier concept en relation avec l'alimentation et les confréries concerne la patrimonialisation, qui touche l'alimentation et le fait alimentaire.

La patrimonialisation est une dynamique reposant sur la construction du patrimoine. « Elle aide à penser le lien entre le temps (passé, présent, futur), entre les hommes (qui partagent des représentations, des légendes, des souvenirs) et entre les espaces (ici et ailleurs). [...] Les productions de terroir relèvent de cette construction sociale, elles forment un patrimoine “en activité” » (Bérard/Marchenay/Casabianca 2010 : 135s.) qui continue d'être modelé. Ainsi, l'alimentation est reconnue comme patrimoine culturel et cette dimension patrimoniale est un facteur de distinction. Le patrimoine constitue finalement un « processus dynamique » qui « aide à penser le lien entre le temps [...] les hommes [...] et les espaces » (Bérard/Marchenay 2004 : 112). Cette représentation tripartite, temps/homme/espace, rappelle la vision triangulaire du terroir rattaché aux notions de temps/tradition/lieu. Ce faisant, la patrimonialisation, ce processus de construction et de valorisation sélective de patrimoines en référence à Bessière (2001) et Micoud (2004), sert de levier au tourisme local (cf. Bessière 2012) au travers de projets (cf. Bessière/Clarimont/Vlès 2016).

La valorisation du patrimoine gastronomique et culinaire local pose la question du territoire et du terroir (cf. Parizot 2015, 2021) qui a déjà suscité de nombreux travaux dans différentes disciplines : la sociologie, l'économie, les sciences politiques, les sciences cognitives, les sciences de gestion et les sciences sociales etc., où coexistent différents points de vue, entre espace physique et constructions sociales (cf. Chabault 2016). Patrimoine et terroir s'entremêlent reflétant les éléments qui les constituent et l'activité humaine (cf. Van Leeuwen/Seguin 2006).

De fait, reconnaître le patrimoine c'est d'une certaine manière, reconnaître la nécessité de le connaître, de le sauvegarder et de le transmettre. C'est aussi une redéfinition des identités collectives (cf. Micoud 1995). Mais la patrimonialisation existe par et via la médiation économique et territoriale, ce que Rautenberg/Tardy (2013) nomment la « patrimonialisation *in situ* ».

Cependant, le patrimoine naturel ou culturel ne se suffit pas à lui-même pour garantir un développement territorial. C'est sa mise en valeur et son attractivité qui en font un facteur de développement (cf. Laffargue 2016 : 47).

Le terroir est défini par l'UNESCO (2005) de la façon suivante,

Un Terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs et de pratiques, fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition.

(UNESCO 2005 : 2s.)

Le terroir, fruit des interactions entre des éléments naturels et l'activité humaine, s'inscrit dans un contexte socio-économique local et associé à la culture d'un espace donné, voire à la dimension temporelle : certains produits issus du terroir reposent sur des techniques de productions ancrées localement et ancestrales qui se sont développées et enrichies au cours du temps. Dans

le domaine viticole, Vaudour (2002) décrit quatre types de terroir : le « Nutriment terroir » (propriétés de la terre), le « Space terroir » (contexte socio-économique en plus de l'espace géographique), le « Conscience terroir » (données culturelles d'une région) et le « Slogan terroir » (marketing mettant en relief les valeurs du produit). On pourrait cependant objecter que le « space terroir », tel qu'il est défini, inclut déjà une transformation vers le *place* que nous envisageons dans le cadre de l'éco-terminologie, et que nous définirons à la suite de la réflexion sur le terroir et le territoire.

Ainsi, le terroir est un espace de sens émergent et construit, au sein duquel coopèrent des acteurs et/ou des institutions ancrées géographiquement. Les produits du terroir présentent une triple dimension territoriale (origine géographique), culturelle et historique : biens culturels d'une région comme les monuments, les paysages. « La patrimonialisation traduit un jeu subtil entre le donné local et les demandes d'une société globale, d'autant plus que les produits sont des aliments » (Bérard/Marchenay/Casabianca 2010 : 103).

Le terroir, spécificité française (cf. Parizot 2015) est souvent garanti par l'AOP (et l'AOC). Par exemple, le « camembert au lait cru » est devenu produit du terroir. D'ailleurs la Confrérie des Chevaliers du camembert devient Confrérie du véritable Camembert de Normandie. Delfosse (2011) se penche sur l'évolution du mot *terroir* auquel l'utilisation de « typicité, qualité » lui sont systématiquement associés. Elle souligne de même que, vers la fin du XIX^{ème} siècle, la dénomination géographique accompagnant les produits agroalimentaires, assure la qualité du produit de terroir et renvoie à un « un milieu physique comprenant également la société locale et sa culture ». Elle précise que, dans les années 2010, le terroir « se fait nature et devient *durable* » (Delfosse 2012 : 63, mis en évidence dans le texte original) soulignant une tension entre terroir-nature et d'ici, face au terroir mondial.

Le territoire prend lui aussi plusieurs sens : il est tantôt lié à la géographie, tantôt à une zone administrative sous l'autorité d'une collectivité ou au symbolique, ou encore à un agencement de ressources matérielles et symboliques capables de structurer les conditions pratiques de l'existence d'un individu ou d'un collectif social et d'informer en retour cet individu ou ce collectif sur sa propre identité. Aussi, les spécialités culinaires associées à des identités locales revoient directement au territoire, par la dénomination comme les produits localisés : la saucisse de Morteau IGP et sa Confrérie des Chevaliers Porte Chevilles (date non spécifiée) ou le Saint-Nectaire et la Commanderie du fromage Saint Nectaire (1998) reconnue par la Guilde des fromages, pour ne citer que ceux-ci. L'ancrage spatial des productions patrimoniales est donc fortement marqué par le terroir ou le territoire (cf. Bessière 2013).

Mais définir un produit local reste difficile en l'absence de définition officielle. Aussi, c'est la distance géographique qui circonscrit le périmètre, mais celui-ci reste variable (de quelques kilomètres jusqu'à 150) en fonction des produits, comme le signale l'Agence de la transition écologique (cf. Ademe 2017). Les produits localisés ont une référence explicite à un territoire, parfois indiquée par ces signes de qualité (AOP, AOC, IGP, appellation Montagne, ou encore les marques collectives comme *Marque Savoie*, *Produits de Bretagne*).

La notion de marque, selon Kapferer (2011), possède de multiples définitions, mais celle de marque territoriale est particulièrement intéressante dans ce contexte. Les marques territoriales traduisent l'ambition forte de transformer l'attractivité économique et sociale touristique d'une

région. Elles jouent un rôle de différenciation auprès des territoires, comme le souligne Vuirgnier (2017). Elles sont de plus en plus nombreuses à promouvoir l'économie locale et le tourisme ; de nombreuses entités géographiques soucieuses de leur image, de leur attractivité y ont recours. Aux marques déjà citées, on pourrait ajouter le *Très beaujolais* lancée en 2015 à la fois identitaire, porteur de valeurs. Le *place branding* (« *branding* territorial » défini comme le « développement de marques pour des sites géographiques, régions, villes ou communautés ») d'après Eshuis/Klijn/Braun (2014) se généralise (cf. Skinner 2008).

En effet, comme le soulignent Grimaldi (2017), Mercurio (2023, 2024) et Devilla/Mercurio (2025) la dimension géographique est particulièrement sensible dans le champ de l'agroalimentaire et ce, dans tous les pays.

Les produits locaux portent en eux une plus-value culturelle, car ils sont au carrefour des pratiques et des lieux ; ils entretiennent une relation particulière à l'espace et dans un temps plus ou moins long selon l'histoire locale, ce qui marque leur typicité (lien entre le produit et le savoir-faire et son lieu d'origine). Ils donnent « de l'épaisseur au lieu, liée à la mémoire collective et dimension patrimoniale » (Bérard/Marchenay/Casabianca 2010 : 138).

Enfin, la notion de lieu (ou d'espace) nous invite à introduire celle de l'écologie du langage. Mais il ne s'agit pas ici, de défendre une écologie de l'alimentation à l'instar de Conaré/Bricas (2021), mais plutôt d'inscrire l'alimentation dans un écosystème, c'est-à-dire « le milieu du spécialisé » (Gautier 2019), comme le critère de la validité écologique (cf. Cicourel 2007 : 736).

En effet, Gautier (2018) avait déjà souligné que les pratiques discursives ne peuvent être pensées indépendamment des milieux dans lesquelles elles prennent forme et sens. Le langage s'appréhende comme un environnement vivant, structuré par des formes sédimentées. Il est animé par une dynamique de variation, d'adaptation, de transmission, ce qui prolonge en cela les intuitions de Haugen (1972) sur « l'écologie des langues », tout en les enracinant dans des situations concrètes de production discursive, dans les domaines spécialisés que sont la gastronomie et l'œnologie. Les confréries apparaissent alors comme des écosystèmes sémiotiques ne reposant pas uniquement sur des pratiques agricoles ou des choix de consommation ; elles revendiquent une alimentation durable, locale et territoriale médiée par le langage, dans sa capacité à nommer, raconter, valoriser des produits, des paysages, des gestes. Elles agissent en ce sens, comme des agents de transmission sensible rendant possible un rapport situé et incarné aux ressources locales.

Le lien du lieu et de l'espace rejoint l'éco-terminologie en inscrivant ces confréries à la fois dans un lieu (*space*) mais surtout dans un espace (*place*) qu'elles incarnent en tant qu'espaces socialement investis (*space vs place*). Comme nous l'avons souligné, la dimension tripartite temps/homme/espaces est indissociable et s'applique tout particulièrement aux confréries dans cette perspective située. Empruntons à Cresswell (2014) la distinction du *space* et du *place* :

Space, then, has been seen in distinction to place as a realm without meaning — as a “fact of life” which, like time, produces the basic coordinates for human life. When humans invest meaning in a portion of space and then become attached to it in some way (naming is one such way) it becomes a place. [...] Place is also a way of seeing, knowing and understanding the world. [...]. We see attachments and connections between people and place. We see worlds of meaning and

experience. [...] To think of an area of the world as a rich and complicated interplay of people and the environment — as a place — is to free us from thinking of it as facts and figures
(Cresswell 2014 : 10s.)

C'est précisément ce qui entre en ligne de compte dans l'écologie du langage (cf. Haugen 1972) que Bach (2017) exprime en termes d'un double rapport : un rapport entre la langue et l'environnement naturel et social entourant le produit et un rapport entre langue, humains et société à partir desquels naissent des hétérogénies linguistiques, organisationnelles et communicationnelles. Le lien entre patrimoine naturel et culturel est également prégnant dans les travaux sur la production de la territorialité, le tourisme (cf. Rautenberg/Tardy 2013 ; Bessière 2001).

Ayant exposé les éléments théoriques, l'analyse des discours des confréries et des signes multimodaux qui les entourent, révélera comment se construit la relation des hommes au terroir, au territoire par l'intermédiaire des produits qu'ils valorisent. Cette relation est porteuse de sens pour l'ensemble des acteurs.

4 Les confréries

À l'heure où les systèmes alimentaires sont appelés à se réinventer face aux enjeux climatiques, sociaux et culturels, les pratiques locales de valorisation des produits et des terroirs connaissent un regain d'intérêt. Parmi elles, les confréries œnogastronomiques apparaissent comme des acteurs culturels singuliers, entre patrimoine, sociabilité festive et revendication de durabilité. Héritières d'une tradition de célébration des savoir-faire culinaires et viticoles, ces associations se déploient dans une dynamique de reconnaissance symbolique, mais aussi dans des formes concrètes d'engagement pour des territoires vivants et durables. Elles offrent ainsi un terrain privilégié de l'étude des discours sur le terroir et le territoire (cf. Parizot 2020, 2021, 2024). Nous indiquerons au cours de l'article, la date de création originelle et parfois la date à laquelle la confrérie a été ravivée (pour les confréries dont la création est très ancienne).

4.1 Historique

S'il ne s'agit pas de retracer l'intégralité de l'histoire de ces communautés, il convient de préciser leur origine en les situant historiquement.

Leur création remonterait à l'époque romaine mais elles émergent au XII^{ème} siècle, dans un but corporatif, de défense d'un métier et caritatif, d'aide aux artisans dans la peine ; elles jouent aussi un rôle de régulation, de qualité ; les premières confréries viticoles voient le jour pour gérer localement la manière de produire du vin. La plus vieille serait l'Antico Confrarie de Saint Andieu de Galinière à Béziers (ravivée en 1968), héritière de la Confrérie des Laboureurs, suivie par la Jurade de Saint-Emilion en 1199 (1948). Le Conseil des échansons reconnu par le roi au XII^{ème} siècle, composé de vigneron et de goûteurs, sera ravivé en 1954. En 1268, les corporations et les confréries se séparent (cf. Fiche d'inventaire au patrimoine culturel immatériel 2023), ces dernières étant des associations volontaires de laïcs (cf. Carnez 2022).

Au XIII^{ème} siècle, la corporation gastronomique reçoit des mains de Saint Louis l'ordonnance royale du Mestiers des Oyers (rôtisseurs d'oies) de la ville de Paris (1248). Sous Louis XIII, elle prend le nom de Corporation des rôtisseurs regroupant tous les métiers liés à la viande (que prolonge actuellement la Chaîne des rôtisseurs, association internationale de la gastronomie depuis 1950).

Cependant, leur histoire prend fin avec la loi Le Chapelier en 1791 qui interdit tout groupement professionnel et a pour effet de détruire les guildes, les corporations et les associations. Dès la fin du XIX^{ème} siècle mais surtout dans les années 1950, les confréries renaissent grâce à l'essor du tourisme, à la prise de conscience des valeurs des terroirs français, à la volonté de défendre une tradition culinaire agricole française et qui voit naître l'apparition des appellations d'origine contrôlée.

Actuellement, en France, leur nombre est difficile à évaluer : il en existerait près de 1 500 dont certaines sont plus actives que d'autres. En effet, ces associations loi 1901 dépendent de bénévoles (restaurateurs, producteurs, boulangers, ou simples citoyens, etc.) qui s'engagent pour défendre leur passion. Si certaines sont indépendantes, d'autres adhèrent à un groupement (ambassade, fédération). Mais elles ont toutes un objectif commun : la défense et la promotion du patrimoine gastronomique d'un territoire : « Le but d'une confrérie, est la défense et la promotion du patrimoine gastronomique d'une commune, d'un département (d'une province), d'une région. Il s'agit généralement d'un produit ou d'une recette spécifique à ce terroir » énonce Bernard Giraud (2022), Festival des confréries en Ardennes.

Ayant participé activement à la reconnaissance du repas des Français au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2010, elles obtiennent en 2024, la labellisation UNESCO du Patrimoine culturel et immatériel (PCI). D'après l'UNESCO (« Qu'est-ce que le patrimoine immatériel ? »), le PCI englobe « les traditions ou les expressions vivantes héritées de nos ancêtres et transmises à nos descendants, comme les traditions orales, les arts du spectacle, les pratiques sociales, rituels et événements festifs, les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ou les connaissances et le savoir-faire nécessaires à l'artisanat traditionnel ».

Le patrimoine vivant se réfère aux pratiques, connaissances et compétences transmises de génération en génération et qui perdurent. *Vivant* met l'accent sur le caractère dynamique et la constante évolution des événements culturels. Les confréries font donc partie de ce patrimoine vivant, organisant des manifestations culturelles autour de la sauvegarde, la valorisation de produits et de savoir-faire. Mais elles sont aussi elles-mêmes patrimoine vivant, revivifiant les traditions de leur existence.

La labellisation reflétera définitivement notre identité profonde, l'expression d'un rassemblement humaniste et de traditions, porteur de valeurs républicaines de fraternité et de solidarité dans un traditionnel esprit festif, bienveillant et entreprenant, héritier du compagnonnage bâtisseur du Temple de Salomon et des cathédrales. Finalement, elle permettra de lier notre fort sentiment d'identité à nos racines, à notre histoire et à nos actions au cœur des territoires, ainsi qu'à notre art de vivre par la valorisation des produits, des recettes de terroir et des savoir-faire.

(Manolo Alcaizaga Goikoetxea, cité par Marchand 2024).

À titre d'exemple, une fiche de l'inscription au PCI d'une confrérie (la Commanderie du Babau, UNESCO 2023) de l'Ambassade de Nouvelle Aquitaine, précise les indications sur la confrérie et les dignitaires, son histoire, les produits et les traditions défendus ainsi que les manifestations.

Figure 1 (screenshot, 02/02/2026 : Fiche d'identification 2023)

Mais les confréries font usage de dénominations spécifiques qui posent leur existence : commanderie, confrérie, compairie, échansonnerie, etc. (cf. Parizot 2021).

Elles participent à une mise en récit du territoire par la mise en scène des produits, des producteurs, et des savoir-faire. Cette mise en récit, fortement ritualisée, articule des dimensions identitaires (ancrage local), patrimoniales (transmission), et économiques (soutien aux filières courtes).

La mise en scène des produits du terroir s'accompagne d'une narration des origines, d'une généalogie symbolique du goût. Ces récits, souvent semi-légendaires, inscrivent les aliments dans une histoire locale, dans un imaginaire partagé qui articule sol, travail, communauté et transcendance. Par-là, les confréries deviennent les gardiennes d'une mémoire sensorielle, corporelle, paysagère et identitaire (via les légendes par exemple).

ISSN 1615-3014

La toponymie est largement utilisée dans les dénominations et « la référence toponymique servirait de « preuve d'évidence » au service d'une cause, d'une prétention territoriale [...]. L'anthroponymie et la toponymie sont des systèmes de classification qui inscrivent les êtres humains dans des espaces sociaux et dans des réseaux » indique Guillorel (2012), dans le paragraphe intitulé « La preuve par la toponymie ». La Confrérie du jambon sec d'Ardenne (1986), la Confrérie de la moutarde de Dijon (1996) ou la Confrérie du fromage et de la bière de Rocroy (2017) sont des exemples évidents de toponymie (région, ville). Celle-ci permet aussi de distinguer des produits dont la dénomination est commune mais dont la région, voire la reconnaissance diffèrent. Signalons le cas du nougat puisque deux confréries co-existent : la Confrérie du nougat de Tours (1998) et la Confrérie du Nougat de Montélimar (1990). Cette dernière est une IPG et, de plus, le N majuscule pour Nougat la singularise.

La Confrérie des gourmets de Marsannay (1986) est à la fois toponyme, renvoyant à la commune de Marsannay-la-Côte, et reprend la dénomination Marsannay des vins AOC.

Mais la toponymie peut s'exprimer en dehors de l'utilisation d'un nom de lieu. Le lieu peut être évoqué par rapport à une pratique comme la Confrérie des chevaliers de la pôchouse (1949). Au XVI^{ème} siècle, à l'époque du flottage des bois, les habitants de la cité vivaient de la rivière et la pôchouse est un plat de poissons de rivière typique de Bourgogne et de Franche-Comté. À cette époque, les bateliers, radeliers et pêcheurs, étaient appelés *pôchoux* en patois verdunois. De fait, le rapport avec la culture locale est aussi présent comme dans les exemples suivants.

L'histoire et la culture locale se reflètent dans l'histoire de la Commanderie du Babau de Rive-saltes (1996), héritière d'une commanderie de la fin du XIII^{ème} siècle. Elle repose sur une légende dans laquelle un monstre sanguinaire entre dans la ville et dévore des enfants avant d'être tué.

L'Échansonnerie de Saint-Bourrou (1990), confrérie de vignerons fondée à l'obtention de l'AOC (Marcillac) ou l'Échansonnerie des Papes (1967) tirent leur intitulé de la fonction d'*eschanson*, un officier chargé de servir à boire à un roi, un prince ou à tout autre personnage de haut rang, au Moyen-Âge. « Échansonnerie » est associée au toponyme et au Saint (Saint Bourrou) et toponyme (Châteauneuf du Pape).

À ce stade, on peut même relever l'existence de confréries portant un anthroponyme. À titre d'exemples :

La Confrérie des vignerons de Saint-Vincent de Mâcon (1959) évoque le patron des vignerons, figure hagiographique et le toponyme précise la ville : la Saint Vincent est aussi une fête rituelle annuelle mise en récit par des confréries en Bourgogne, Beaujolais, Alsace, Champagne, etc.) qui donne lieu à des rituels communautaires (processions, messes, dégustations, remise de bâtons, etc.).

La Confrérie de la bière d'Arthur et du pâté Rimbaud, à base de sanglier des Ardennes (2024), rend hommage au célèbre poète né à Charleville-Mézières. De même, la Confrérie des Entonneurs rabelaisiens (1961) à Chinon évoque Rabelais (né près de Chinon).

L'utilisation d'anthroponymes suscite plusieurs intérêts sémiotiques : elle donne une légitimation historique ou sacrée (saint patron), un ancrage local et culturel (figure locale) et incarne un ethos particulier (héritage, valeur, posture).

Une spécialité, un plat traditionnel et typique d'une région, voire d'un produit ou d'un animal, qui en quelque sorte délimitent le périmètre, sont les références lorsque les confréries n'utilisent pas de toponyme dans leur dénomination. Produits, plats et recettes typiques reposent sur la disponibilité des produits et l'économie locale.

La Confrérie de la cacasse à cul nu (2001) dans les Ardennes témoigne d'un plat du pauvre, créé dans la vallée de la Meuse, où la nourriture était liée à une économie en dans les années 1790. Ce plat est devenu emblématique.

La Confrérie de l'Axa de veau et du Piment d'Espelette (1967) est un plat traditionnel basque. Cette confrérie a bénéficié du soutien d'une autre confrérie locale (la Confrérie du jambon de Bayonne (1969)) ; la poudre du piment protège la viande des insectes pendant le séchage, ce qui permet de réintroduire un toponyme localisant le jambon.

La Confrérie des Jabotiers (1967), dans les Landes, défend « tout ce qui porte jabot », à savoir les poulardes, les canards gras, les poulets jaunes, produits du terroir représentatifs de la région ; elle valorise également la réputation gastronomique des Landes.

La référence à la langue locale ou régionale par l'intermédiaire d'un objet typique ou d'une pratique/technique caractérise de même, la dénomination des confréries. Nous avons déjà évoqué la Confrérie de la pôchouse mais on peut citer la Confrérie des Compagnons de la Loucholle (1994) qui promeut les vins et la gastronomie de Bourgogne. La *loucholle* est une petite louche en étain qui se porte en sautoir avec un ruban jaune symbolisant la Côte-d'Or, dont elle arbore l'écu.

Aussi, les confréries transmettent des objets liés à des utilisations ou des scénographies induites par l'environnement local, qu'il soit historique ou économique, révélant le terroir, le territoire et leur utilisation par l'intermédiaire des hommes. Comme souvent ces objets sont anciens, ils existent par le vocabulaire (en langue régionale ou pas) qui les désigne.

La dénomination de la Confrérie vineuse des Tire-douzils (1953) renvoie à un objet qui situe le paysage poitevin : le *tire-douzil* est un petit cône en bois destiné à reboucher les tonneaux percés. La célèbre Confrérie des Chevaliers du tastevin (1934) en Bourgogne, arbore une petite coupe en sautoir (le *tastevin*) ; pour la Confrérie des Compagnons du Bousset d'Auvergne (1948), il s'agit d'un petit tonnelet avec une poignée (le *bousset*). Ces quelques exemples sont des illustrations de sauvegarde de la langue locale par l'intermédiaire d'objets qui ancrent la confrérie dans un territoire.

D'ailleurs, un certain nombre de musées, voire d'écomusées ont fleuri retraçant l'histoire et l'identité de ce patrimoine local œnogastronomique, comme l'écomusée de la Bresse Bourguignonne (cf. Bleton-Ruget 2004).

La langue locale (régionalisme) se trouve aussi véhiculée par le discours des confréries. Il suffit de citer cet extrait du site de la Confrérie des Gourmets de Marsannay qui utilise trois verbes particuliers : *débriqueuler* : on détache un objet des cordons ou rubans libérant ainsi le vin ou les insignes, c'est-à-dire on délie rituellement), *cheuler* : boire et *évauler* : pourrait signifier 'vider un fût lors d'un rituel' ou 'le transvasement cérémoniel d'un vin d'honneur depuis un tonneau vers des récipients individuels'. Ces exemples soulignent la spécificité des emplois liés au domaine du vin.

Un convive peut devenir « Gourmet » lors de la cérémonie d'intronisation présidée par le **Grand Conseil**, durant un chapitre de la Confrérie. Après avoir été présenté par le discours de bienvenue de son parrain, l'impétrant se soumet à l'épreuve de dégustation. Les intronisés sont ainsi initiés à la découverte « **des plaisirs de débriquer, cheuler et évauler...** »

Figure 2 : Extrait du site (screenshot, 12/10/2025) Confrérie des Gourmets de Marsannay (Bourgogne)

4.2.1.1 Les vêtements, blasons et manifestations : une sémiotique de la reconnaissance.

Les costumes sont souvent des témoignages de la vie locale constituant des marqueurs identitaires forts qui s'accordent particulièrement bien à un aspect festif.

Les emblèmes, toges, médailles et chants caractérisant les confréries ne sont pas de simples ornements. Ils constituent un langage visuel et sonore qui ritualise l'appartenance, hiérarchise les savoirs et performe l'identité territoriale. Cette mise en scène produit un « paysage linguistique » (Landry/Bourhis 1997), dans lequel les signes matériels – inscriptions, bannières, armoiries – dialoguent avec les pratiques symboliques pour façonner un espace de reconnaissance mutuelle.

Ces habits hauts en couleurs (et aux couleurs des produits et/ou aux couleurs de la ville qu'elles représentent), constituent un appel émotionnel qui permet de se faire remarquer et ancrent ainsi l'identité de la confrérie, du produit, du terroir et du territoire en les rendant visibles. L'uniforme de la confrérie, dans sa dimension théâtralisée, évoque une liturgie du goût, où les habits signifient autant qu'ils unissent (cf. Parizot 2023, 2024), comme le montrent les exemples suivants.

La Commanderie du bon temps arbore des tenues aux couleurs des vins de Bordeaux et affiche comme devise sur son site « amitié et fidélité à **notre** terroir » (c'est nous qui soulignons).



Figure 3 (screenshot, 07/08/2025) : Commanderie du bon temps



Figure 4 (screenshot, 02/02/2026) : Confrérie des Compagnons du Brie de Meaux

Certaines confréries privilégient des costumes régionaux comme la Confrérie des amateurs du Sagarno de la Bidassoa (2009) qui adopte le costume traditionnel basque des paysans de la fin du XIX^{ème} siècle (Dossier confrérie des amateurs de Sagarno de la Bidassoa).

4.2.1.2 Les manifestations participent à la reconnaissance du patrimoine local.

Les repas, chapitres, cérémonies d'intronisation et les fêtes de terroir forment des dispositifs où s'articulent gastronomie, identité locale et hospitalité. Ces scènes ritualisées ne sont pas de simples moments festifs : elles structurent un rapport au monde, une vision de la convivialité, une scénographie du lien social fondée sur la mise en valeur du local, du saisonnier, du relationnel. Elles transforment le territoire en table partagée, et la table en paysage symbolique. Présentes dans les fêtes villageoises, évoquant l'origine médiévale de la fête, les confréries sillonnent les routes de France tout au long de l'année afin de participer aux divers rassemblements, et le local devient pour un temps partagé.

Les confréries rejoignent la Fédération nationale des associations locales des Sites remarquables du goût, structure fondatrice du réseau des sites locaux sur leur territoire dont elles partagent les valeurs (renouer avec la terre, la nature, l'identité, l'entraide) : « une rencontre unique entre le goût d'un produit, la beauté d'un paysage, l'histoire et la culture du lieu tout ceci raconté par un paysan qui vit ici ».

De plus, les villes, les communes les soutiennent généralement en tant qu'acteurs et les sollicitent comme animateurs du territoire. Elles intègrent même des lieux touristiques : la Confrérie des Chevaliers du Sacavin (1904), le *sacavin* étant un petit tonnelet avec une anse, rempli d'eau et de vin destiné à abreuver le vigneron pendant sa journée de travail, trouve sa place et a un espace privilégié dans les caves du château de Montreuil-Bellay.



Figure 5 : Photo (Anne Parizot) affiche de la Confrérie des Sacavins, Château de Montreuil Bellay

Les défilés, chapitres, concours mettent en œuvre une performativité festive qui agit comme un dispositif de transmission. Les confréries transmettent des savoirs, des valeurs, mais aussi des sensibilités au lieu et aux produits. Cette transmission à la fois intergénérationnelle, inter sensorielle et interculturelle contribue à une écologie du sensible, où l'alimentation devient un vecteur d'éducation au territoire et au vivant.

Les confréries peuvent être considérées comme des formes de marques territoriales mais pas au sens classique ou commercial. En effet comme nous l'avons vu, elles incarnent à la fois mémoire, tradition et culture spécifiques à un lieu, et cela fonctionne comme un marquage

symbolique du territoire. Garantes de l'authenticité, elles fonctionnent comme des institutions de reconnaissance désormais officielles (reconnaissance UNESCO) et participent au discours collectif sur le territoire (ses richesses, son savoir-faire, ses valeurs, son histoire) qui devient *in fine* narration territoriale : elles sont alors, des actrices du storytelling territorial.

Elles ne « vendent » pas le territoire mais mettent en scène sa valeur symbolique par l'intermédiaire des produits locaux et des éléments qui se rattachent à celui-ci.

4.2.2 Les confréries comme formes de médiation territoriale

Les confréries œnogastronomiques émergent comme des collectifs ancrés dans des micro-territoires, où la valorisation des produits locaux s'accompagne d'une transmission intergénérationnelle des savoir-faire. En ritualisant les gestes et en nommant les mets, elles construisent une mémoire gustative qui inscrit l'alimentation dans une temporalité lente et une relation au vivant. Cette inscription s'oppose à la logique déterritorialisée de l'agro-industrie, en réaffirmant le rôle de la langue et des pratiques dans la co-construction d'un patrimoine vivant.

Le langage mobilisé par les confréries n'est pas neutre : il désigne, qualifie, classe, raconte les produits et les paysages. Ce lexique spécialisé constitue une forme d'éco-terminologie, au sens où il permet de nommer les éléments d'un écosystème alimentaire situé. En cela, les confréries contribuent à la visibilité linguistique des terroirs, en mettant en mots les caractéristiques singulières des lieux et des produits et de l'ensemble constitutif des éléments (objets, etc.). Elles participent à une écologie de la langue où nommer, c'est déjà protéger.

Ce paysage linguistique ne se limite pas aux seules inscriptions visibles dans l'espace ; il s'inscrit dans une éco-terminologie incarnée : leurs dénominations sont en relation avec des toponymes ou désignent les produits (terroir, cru) parfois complétés par des adjectifs tels *authentique* ou *véritable*, qui rappellent le lieu (*space*), les techniques (affinage), les gestes (bénédiction, intronisation), les lieux (chapitre, temple du goût), participent à une territorialisation langagière du patrimoine gastronomique et historique. Les confréries, par leur usage de lexiques spécialisés et de dénominations localisées, contribuent à une forme de balisage sémantique du territoire, où la langue devient marqueur d'un enracinement.

La Confrérie de la Poule et du Pâté de Houdan (2016) promeut les volailles locales, dont la race ancienne est originaire de la commune éponyme, a pour « seul but de remettre au goût du jour ce que furent les grandes heures de la gastronomie Houdanaise depuis la deuxième partie du XIX^{ème} siècle ». De même, la Confrérie des Poulardiers de Bresse (1962) souligne qu'il s'agit de la première AOP historique de l'animal sur trois départements l'Ain, Jura et Saône et Loire) aux conditions d'élevage strictes et a pour ambassadeur G. Blanc, chef reconnu. La Confrérie de la Tourtière du Lot-et-Garonne (1971), du territoire de Penne-d'Agenais est elle aussi localisée par son appellation pour faire reconnaître sa spécialité et son savoir-faire.

Les confréries représentent des formes de médiation territoriale par l'ancrage local et la transmission des savoirs et savoir-faire.

La question des mots du territoire est au cœur d'une approche éco-terminologique qui considère la langue comme un vecteur de co-construction du monde. Les confréries, par leurs pratiques de nomination (titres, labels, distinctions), participent à la fabrique symbolique des paysages alimentaires et de leur identité. L'étude des éléments identitaires composites et multimodaux

(textes, iconiques, audiovisuels et sonores) autour du vin a permis d'identifier des stratégies communicationnelles propres pour promouvoir ce patrimoine immatériel à des fins de consommation de ces produits locaux et de découverte régionale (cf. Parizot/Patin 2024).

Les confréries nomment, célèbrent et parfois réinventent le territoire en articulant nature, culture et langue. Cette fabrique discursive s'inscrit dans des formes de résistance à l'homogénéisation des goûts et des pratiques, en valorisant la diversité bio-culturelle.

Ces dispositifs sémiotiques – qu'ils soient visuels, oraux ou gestuels – fonctionnent comme des actes d'ancrage, pour reprendre la terminologie de l'éco-sémiotique. Ils produisent un effet de reconnaissance à la fois interne (entre membres) et externe (auprès du public), opérant une double médiation : médiation sociale (inclusion, distinction, transmission) et médiation territoriale (incarnation, représentation, promotion).

Dans cette perspective, la confrérie agit comme un dispositif de paysage au sens élargi : non seulement elle donne à voir un territoire, mais elle le configure symboliquement à travers des rites, des mots, des gestes. Elle devient un lieu de passage entre paysage naturel, paysage linguistique et paysage culturel, matérialisant ce que l'on pourrait appeler un éco-paysage sémiotique, où se tissent les relations sensibles entre humains, milieux et langages.

4.2.3 Confréries et alimentation durable

Les confréries s'adaptent et intègrent à leur discours les enjeux de développements durables adaptés à chaque terroir. Aussi elles valorisent la promotion de pratiques alimentaires et de savoir-faire agricoles en favorisant la biodiversité, la fertilité des sols, l'entretien des paysages, la qualité nutritionnelle des produits par une agriculture raisonnée.

Les produits locaux issus d'une culture, d'un élevage ou d'une transformation écoresponsable sont particulièrement défendus (comme les moules de Bouchot (Confrérie des bouchoteurs de Pénestin (2009), (Confrérie de) l'ail rose de Lautrec (2000), (Confrérie de) la truffe noire de la Drôme (2007), le vin de pomme de Sagarno (production locale, récolte et reproduction artisanales, par souci de zéro déchet et d'autoproduction).

Les confréries font la promotion d'une alimentation saine et authentique, en faveur du développement durable.

La Confrérie des Chevaliers du Tastevin communique sur la sensibilisation à la viticulture durable lors des chapitres et dégustations ; elle intègre progressivement une communication numérique interactive (avec des vidéos pédagogiques sur les pratiques responsables) et valorise les acteurs qui travaillent sans pesticides en s'ouvrant aux producteurs de vins « nature ». La Confrérie du Pain d'épices, en Bourgogne (1999) fait également découvrir l'histoire locale tout en sensibilisant aux enjeux de durabilité et en soutenant un artisanat local écoresponsable.

La Confrérie Les Ambassadeurs du Roquefort-Fraternitat Roquefort (2025), pour les 100 ans de l'AOP, travaille en collaboration avec les producteurs engagés dans des démarches de qualité environnementale (agriculture biologique, réductions des émissions).

Elles intègrent donc les notions de terroir vivant, de biodynamie ou de circuits courts dans leurs discours (inclusion de serments écologiques pour promouvoir une gastronomie durable, de thématiques environnementales dans les chapitres ou intronisations) et dans leurs pratiques

rituelles comme la Confrérie des Domaines (Vignerons bio en France 2003), la Confrérie Saint Vincent de Thomery (2001) ambassadrice du vin de Chasselas, ou la Confrérie de la truffe de Bourgogne de Noyers (2003), avec une charte de pratiques durables, des plantations d'arbres et une pédagogie du terroir vivant, sensibilisation de techniques respectueuses de cueillette).

Cependant, certaines critiques émises par des écologistes existent à l'encontre des confréries et du modèle qu'elles soutiennent. Elles sont considérées comme des vecteurs d'un modèle structurel figé autour de traditions peu compatibles avec la sobriété et les impératifs écologiques. Leur mise en scène (banquets, médailles, voyages, cérémonies) est parfois accusée de promouvoir une vision romantique et consumériste, éloignée de la sobriété écologique et de la crise environnementale.

Le soutien implicite de ce modèle par les confréries, en valorisant des appellations ou pratiques pointées comme peu responsables, les rendrait complices d'un « agro-patrimoine » potentiellement toxique.

Ainsi le label HVE (Haute Valeur Environnementale) défini par le Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire (2024), valorisé par certaines confréries est remis en question. Les fromages AOP soutenus par les confréries (comme la Commanderie du Comté et des nobles vins du Jura) sont également ciblés. Les vins « nature » sont représentés comme un contre-modèle face au modèle de production traditionnelle préconisé par de nombreuses confréries, alors que ceux-ci ne sont exempts de critiques : Bourven (2020) dans la revue UFC-Que Choisir ou Saverot (2024) dans la Revue du Vin de France dénoncent ces vins pas toujours si « nature ».

Les confréries essaient pourtant de réconcilier ancrage local et modernité en adoptant des labels environnementaux crédibles, en sensibilisant leurs membres à la transition écologiques et en développant des outils numériques de traçabilité.

4.2.4 Entre tradition incarnée et recomposition numérique

Les confréries œnogastronomiques, bien qu'ancrées dans des traditions séculaires, sont confrontées à des dynamiques contemporaines qui redéfinissent leur fonction et leur visibilité. Elles doivent désormais composer avec une pluralité de paysages numériques, où les codes du spectacle, de la communication et du marketing reconfigurent les formes de reconnaissance et de légitimation. À l'instar des territoires agricoles ou viticoles qui se digitalisent, les confréries s'inscrivent elles aussi, dans une écologie communicationnelle renouvelée.

Par exemple, la Coordination des Confréries d'Ile de France développe son site *Mes terroirs TV*, visant à faire connaître les objectifs des confréries et du site en lui-même et développe plusieurs axes : recettes de grands chefs, guide du terroir, événements, etc.



Figure 6 (screenshot, 09/10/2025) : Les objectifs affichés de *Mes terroirs.TV* et informations disponibles (cf. CO.CO.RI.CO)

Cette tension entre le rituel incarné – par la parole solennelle, la dégustation, la présence corporelle – et la médiatisation numérique – par les sites web, les réseaux sociaux, les vidéos promotionnelles – engage une épreuve de reterritorialisation. Les dispositifs numériques peuvent contribuer à élargir la portée symbolique des confréries, mais risquent aussi de désensibiliser leur rapport au terroir, en substituant à l'expérience gustative vécue une représentation désincarnée.

Dans cette épreuve, les confréries se trouvent à la croisée des chemins entre deux régimes sémiotiques en référence à Landowski (2012) : d'un côté, un régime de présence fondé sur la co-présence sensible, la ritualité lente, la transmission orale ; de l'autre, un régime de performance médiatique, rapide, visuel, décontextualisé, où le territoire devient « image de terroir » plutôt qu'espace habité.

Certaines confréries parviennent toutefois à articuler ces deux dimensions, en mobilisant les outils numériques comme prolongement de leur ancrage local, sans pour autant sacrifier l'épaisseur relationnelle de leurs pratiques. Elles créent leur propre site internet avec des archives numérisées des intronisations et des événements passés. Elles peuvent produire une cartographie interactive du vignoble par exemple, permettant aux visiteurs de géolocaliser les domaines membres. Les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) complètent ces dispositifs pour relayer la vie du village, les vendanges et les marchés des producteurs, comme la Confrérie du Saint-Péray (1990), en Ardèche. Le numérique rend visible le territoire et maintient le lien émotionnel et sensoriel avec le lieu.

La Commanderie des Costes du Rhône (1973), ambassadrice des vins des villages et des crus de la région, utilise une série de capsules vidéo sur YouTube et TikTok présentant les cépages, les paysages et les confrères ou encore une application mobile avec des fiches de dégustation, la géolocalisation des caveaux et le calendrier des festivités. Le numérique sert alors à étendre l'expérience touristique sans pour autant la déterritorialiser.



Figure 7 (screenshot, 02/02/2026) : Commanderie des Costes du Rhône (467^e chapitre) sur YouTube

Les confréries gastronomiques ne sont pas en reste. La Confrérie du piment d'Espelette met en ligne des contenus en basque et en français pour renforcer l'identité culturelle. Elle diffuse également en direct des cérémonies d'intronisation pour les diasporas basques à l'étranger. Sa plateforme de storytelling interactif retrace le parcours du piment, propose des interviews de producteurs et des recettes locales. Le numérique soutient une narration territorialisée et facilite la transmission intergénérationnelle.

La Confrérie des amateurs du Bleu de Gex (1995), dans le Haut Jura, par l'intermédiaire de la réalité augmentée sur les emballages, raconte l'histoire du fromage et du Jura. Elle est également aux côtés du Pays de Gex pour la diffusion d'un *escape game* numérique sur le thème du terroir jurassien et de la fabrication du fromage. Le numérique devient alors un outil d'immersion narrative et ludique tout en renforçant la dimension patrimoniale.



Figure 8 (screenshot, 02/02/2026) : *Escape game* : Sauvons le Pays de Gex (Pays de Gex agglo)

Enfin, la Confrérie du diamant noir et de la gastronomie (1982), autrement dit de la truffe noire de Richerenches (Périgord), est présente lors de manifestations locales (Messe aux truffes retransmise sur écran géant) et sa présence est relayée par les supports numériques du musée et chez les acteurs (courtiers et négociants) : un système de traçabilité *blockchain* pour les truffes vendues lors des marchés s'affiche via un QR code lors du marché de Richerenches. Des vidéos sont également disponibles comme dans l'exemple suivant :



Figure 9 (screenshot, 02/02/2026) : YouTube Vidéo Richerenches : des chefs du monde entier sur le marché à la truffe

Le numérique soutient ici l'authenticité et la transparence via de grands noms de la gastronomie, tout en donnant une profondeur sensorielle à l'expérience en ligne.

Les confréries deviennent alors des interfaces hybrides entre passé et présent, entre bouche et écran, entre lieu et flux. Elles intègrent le numérique comme un prolongement de leur identité locale, pour mieux communiquer, former et garantir la transparence aux consommateurs.

Dans cette perspective, elles ne sont pas des survivances folkloriques, mais des acteurs de médiation écologique, capables de reconfigurer les liens entre alimentation, langue et territoire, tout en résistant aux logiques d'uniformisation globalisée. Leur résilience réside dans leur capacité à habiter ces tensions, à ritualiser la présence au monde, à faire de chaque produit célébré un symbole d'habiter durablement un territoire. Elles jouent un rôle essentiel dans la vie locale, en associant population et visiteurs aux festivités et soutiennent de actions d'entraide et de solidarité au sein des communautés. Elles transmettent également des programmes éducatifs pour réapprendre les savoir-faire traditionnels.

En guise de synthèse, nous proposons le schéma suivant qui présente l'environnement des confréries entre *space* et *place*.

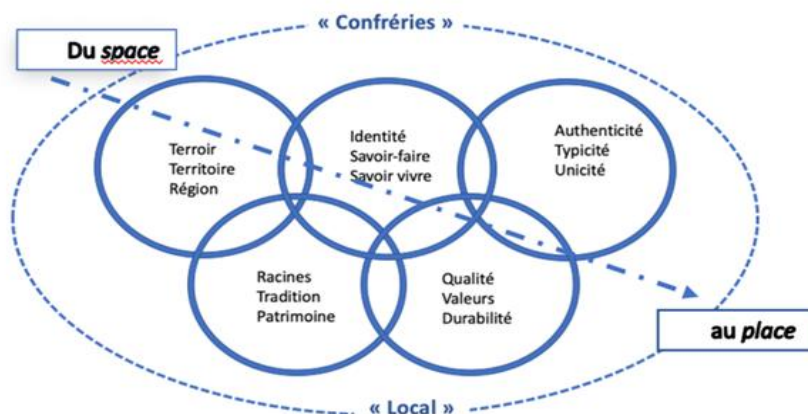


Figure 10 : Schéma Paysage et environnement des confréries

5 Conclusion

Cet article visait à explorer la résilience des confréries à partir d'une réflexion théorique centrée sur la relation avec le territoire et les produits locaux.

Les confréries œnogastronomiques apparaissent, à l'issue de cette analyse, comme des acteurs culturels hybrides, porteurs d'un héritage vivant et vecteurs d'une alimentation localisée, durable et signifiante. Leur force ne réside pas uniquement dans la conservation des traditions, mais dans leur capacité à territorialiser le goût, à incarner un lien sensible entre alimentation, langue et lieu, et à faire communauté autour d'un patrimoine comestible partagé.

À travers leurs rituels, leurs lexiques spécialisés, leurs tenues et leurs récits, elles construisent un paysage linguistique et symbolique qui fait du territoire non seulement un espace géographique, mais un lieu habité, raconté, performé. Elles assurent donc bien ce passage du *space* au *place* où le lieu (géographique) s'enracine dans un espace socialement investi par des hommes et des femmes qui le valorisent.

Ces communautés incarnent une forme de résistance douce à la globalisation alimentaire, en promouvant une gastronomie située, lente, relationnelle – en somme, une écologie du goût. Même si elles représentent un produit ou une recette, elles défendent aussi toute la gastronomie de la région. Elles exercent une influence politique et économique par la sauvegarde du patrimoine œnogastronomiques et participent au développement du tourisme local. Mais leur avenir dépend aussi de leur capacité à négocier les transitions contemporaines, à entrer dans un dialogue fécond avec les outils numériques sans se dissoudre dans leur logique d'accélération.

Ce faisant, les confréries peuvent de plus, devenir de véritables leviers pour une transition alimentaire, en ancrant les enjeux de durabilité dans des formes sensibles et collectives de reconnaissance. Elles nous rappellent enfin, que bien manger, ce n'est pas seulement consommer mieux, mais c'est habiter un monde, en cultivant la mémoire des lieux, la justesse des mots et des gestes, la convivialité. À l'heure où les systèmes alimentaires sont appelés à se réinventer face aux enjeux climatiques, sociaux et culturels, les pratiques locales de valorisation des produits et des terroirs connaissent un regain d'intérêt. Les confréries œnogastronomiques apparaissent comme des acteurs culturels singuliers, entre patrimoine, sociabilité festive et revendication de durabilité. Héritières d'une tradition de célébration des savoir-faire culinaires et vini-coles, ces associations se déploient dans une dynamique de reconnaissance symbolique, mais aussi dans des formes concrètes d'engagement pour des territoires vivants et durables.

Elles ne sont ni de simples conservatoires du passé, ni des outils marketing déconnectés des réalités locales. Elles incarnent des formes d'écologie culturelle, au croisement du symbolique, du social et du sensoriel. Réfléchir à leur rôle dans une alimentation durable, locale et territoriale, c'est reconnaître la pluralité des médiations nécessaires pour rendre les transitions alimentaires désirables, incarnées et ancrées dans les lieux en gardant la mémoire de ce qui fait sens.

Les pratiques agricoles associées aux produits traditionnels sont remises en question, car elles seraient peu compatibles avec les exigences écologiques actuelles (*Ouest-France* 12.05.2025 ; *Le Figaro Magazine* 10.05.2025 ; *Le Figaro Politique* 18.09.2023), selon certains groupes. Ces prises de position s'inscrivent dans une vision globalement critique de la valorisation d'une tradition gourmande qui risquerait, selon certains, de perpétuer des comportements nuisibles à l'environnement. Reste que ces discours critiques semblent peu tenir compte des charges très strictes et des efforts faits par les confréries pour intégrer et valoriser les pratiques durables. Mais nous n'entrons pas dans ce genre de débat qui dépasse largement notre sujet.

Références

- Ademe (2017) : *Les avis de l'Ademe. Alimentation - Les circuits courts de proximité*. Expertises. bibliothèque.ademe.fr/agriculture-alimentation-foret-bioeconomie/1883-alimentation-les-circuits-courts-de-proximite.html# [04.11.2024].
- Antico Confrarie de Saint Andieu de Galinière. confrerie-sant-andieu.fr [25.06.2025].
- Augé, Marc (2013) : *L'anthropologue et le monde global*. Paris : Armand Colin.
- Bérard, Laurence/Marchenay, Philippe (2004) : *Les produits de terroir. Entre culture et réglementations*. Paris : CNRS Éditions.
- Bérard, Laurence/Marchenay, Philippe/Casabianca, François (2010) : « Savoirs, terroirs produits : un patrimoine biologique et culturel ». *Akedeniz I.I.B.F. Dergisi* 19 : 135–147. ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868728.pdf [08.06.2025].
- Bessière, Jacinthe (2001) : *Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial. Le haut plateau de l'Aubrac, le pays de Rocquafort et le Périgord noir*. Paris : L'Harmattan.
- Bessière, Jacinthe (2012) : *Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural*. Versailles : Quæ.
- Bessière, Jacinthe (2013) : « Quand le patrimoine innove. Analyse sociologique des processus d'innovation patrimoniale alimentaire au service des territoires ». *Mondes du tourisme* 7 : 37–51. doi.org/10.4000/tourisme.182.
- Bessière, Jacinthe/Clarimont, Sylvie/Vlès, Vincent (2016) : « La ressource patrimoniale, outil de diversification touristique ? Le pôle d'excellence rurale du Néouvielle, entre innovation et recyclage ». *Revue Natures, sciences, sociétés* 24/3 : 217–229. doi.org/10.1051/nss/2016034.
- Bleton-Ruget, Annie (2004) : « Écomusée de la Bresse Bourguignonne, l'identité locale et le patrimoine rurale ». In : Poirrier Philippe (ed.) : *L'invention du patrimoine en Bourgogne*. Dijon, Éditions universitaires de Dijon : 89–100.
- Bourhis, Richard Y./Landry, Rodrigue (1997): “Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study”. *The international journal of the sociology of language* 125: 23–49.
- Bourven, Morgan (2020): « Une charte qui mûrit ». *Revue Que Choisir*. quechoisir.org/decryptage-vins-nature-une-charte-qui-murit-n78623/ [25.06.2025].
- Carnez, Bernard (2022) : « Histoire des Confréries ». *Aquitaine Historique* 147. aquitaine-historique.com/index.php/revues/147-n-147 [16.10.2025].
- Chabault, Denis (2016) : « Dynamiques territoriales et clystérisation de la gastronomie française ». *Management & prospective* 2/33 : 115–140.
- Chaîne des rôtisseurs. france.chainedesrotisseurs.com [25.06.2025].
- Cherif, Emma et al. (2023) : « Comment les acteurs du commerce se “réancrent” sur le territoire ». *The Conversation.com*. theconversation.com/comment-les-acteurs-du-commerce-se-reancrent-sur-le-territoire-199542 [13.03.2025].
- Cicourel, Aaron V. (2007): “A personal retrospective view of ecological validity”. *Text & Talk* 27/5–6: 735–752. doi.org/10.1515/TEXT.2007.033.
- Commanderie du Babau de Rivesaltes (1996). confreriesdulanguedocroussillon.com/les-confreries-lr/confreries-des-pyrénées-orientales/commanderie-du-babau/ [25.06.2025].
- Commanderie du bon temps : commanderiedubontemps.com/presentation/ [16.10.2025].
- Commanderie du fromage Saint Nectaire (1998). fromage-saint-nectaire.com [25.06.2025].

- Commanderie du Comté et des nobles vins du Jura. facebook.com/commanderie.Nobles.Vins.du.Jura.et.du.Comte/ [25.06.2025].
- Conaré, Damien/Bricas, Nicolas (2021) : « Prendre ses distances avec le local ? ». In : Bricas, Nicolas/Conaré, Damien/Walser, Marie (eds.) : *Une écologie de l'alimentation*. Versailles, Quæ : 227–238. chaireunesco-adm.com/IMG/pdf/17_chapitre_17.pdf [18.06.2025].
- Confrérie de la bière d'Arthur et du pâté Rimbaud. festivaldesconfreries.com/confrerie-rimbaud/ [25.06.2025].
- Confrérie de la cacasse à cul nu (2001). festivaldesconfreries.com/confrerie-cacasse-a-cul-nu/ [25.06.2025].
- Confrérie du fromage et de la bière de Rocroy (2017). festivaldesconfreries.com/confrerie-fromage-biere-rocroy/ [25.06.2025].
- Confrérie de la moutarde de Dijon (1996). confreriemoutardedijon.fr [25.06.2025].
- Confrérie de la Tourtière du Lot-et-Garonne (1971). francesudouest.com/a-la-decouverte-des-confreries-du-sud-ouest/ [25.06.2025].
- Confrérie de la truffe de Bourgogne de Noyers (2003). facebook.com/profile.php?id=100071083450162 [25.06.2025].
- Confrérie de la truffe noire de la Drôme des collines (2007). ambassadedesconfreriesauvergnhonealpes.net/les-confreries/drome/la-truffe-noire-en-drome-des-collines/ [02.02.2026].
- Confrérie de l'Ail rose de Lautrec (2000). facebook.com/ailrosedelautrec/posts/1038741884925899/ [25.06.2025].
- Confrérie de l'Axa de veau et du Piment d'Espelette (1967). c-pimentdespelette.com [25.06.2025].
- Confrérie de la poule et du pâté de Houdan (2016). patedehoudan.org/confrerie-poule-pate-houdan/ [25.06.2025].
- Confrérie des amateurs du Bleu de Gex (1995). bleu-gex.mon-paysdegex.fr/categories/confrerie/ [25.06.2025].
- Confrérie des amateurs du Sagarno de la Bidassoa (2009). institutdugoutnouvelleaquitaine.fr/images/64.10_Confrerie_des_amateurs_de_Sagarno_de_la_Bidassoa.pdf. [25.06.2025]. facebook.com/groups/131357453067040/ [25.06.2025].
- Confrérie des bouchoteurs de Pénestin (2009). <https://confreriesdesbouchoteursdepenestin.fr> [25.06.2025].
- Confrérie des chevaliers de la pôchouse (1949). lejsl.com/societe/2024/03/26/confrerie-des-chevaliers-de-la-pochouse-le-115e-chapitre-cette-annee [25.06.2025].
- Confrérie des Chevaliers Porte Chevilles. estrepUBLICAIN.fr/culture-loisirs/2023/07/28/le-retour-de-la-fete-de-la-saucisse-de-marteau-avec-un-concours-du-plus-gros-mangeur-au-programme [25.06.2025].
- Confrérie des Chevaliers du tastevin (1934). tastevin-bourgogne.com/fr/ [25.06.2025].
- Confrérie des Chevaliers du Sacavin. confreriedusacavin.com/la-priode-1904-1939 [25.06.2025].
- Confrérie des Compagnons de la Loucholle. vignoles.fr/confrerie-des-compagnons-de-la-loucholle [25.06.2025].
- Confrérie des Compagnons du Bousset d'Auvergne. lamontagne.fr/clermont-ferrand-63000/actualites/les-compagnons-du-bousset-dauvergne-sont-nes-en-1948_12873569/ [25.06.2025].

- Commanderie des Costes du Rhône (1973). commanderiecotesdurhone.fr [25.06.2025].
- Commanderie des Costes du Rhône (467^{ème} chapitre) sur YouTube : youtube.com/watch?v=5DiICy9hHjs [27.07.2025].
- Confrérie des Domaines. instagram.com/laconfreriedesdomaines/ [25.06.2025].
- Confrérie des Entonneurs rabelaisiens (1961). entonneurs-rabelaisiens.com/confrerie.php [25.06.2025].
- Confrérie des Gourmets de Marsannay. confreriegourmets-bourgogne.fr/les-gourmets/ [25.06.2025].
- Confrérie des Jabotiers. sudouest.fr/landes/saint-sever/saint-sever-la-confrerie-des-jabotiers-intronise-trois-nouveaux-membres-26689146.php [02.02.2026].
- Confrérie des Poulardiers de Bresse. facebook.com/ConfreriePoulardiersBresse/ [25.06.2025].
- Confrérie des vigneron de Saint-Vincent de Mâcon : [facebook.com/people/Confrérie-des-Vignerons-de-Saint-Vincent-Mâcon/100078935104287/](https://facebook.com/people/Confrerie-des-Vignerons-de-Saint-Vincent-Macon/100078935104287/) [25.06.2025].
- Confrérie du Brie de Meaux. confreriedubriedemeaux.fr [25.06.2025].
- Confrérie du diamant noir et de la gastronomie. facebook.com/confreriedng/ [25.06.2025].
- Confrérie du jambon de Bayonne. bayonne-paysbasque.com/route_gourmande/confrerie_jambon_bayonne.php [25.06.2025].
- Confrérie du jambon sec d'Ardenne. festivaldesconfreries.com/confrerie-jambon-sec-ardennes/ [25.06.2025].
- Confrérie du Nougat de Montélimar. [facebook.com/people/Confrérie-du-Nougat-de-Montélimar/100057637532393/](https://facebook.com/people/Confrerie-du-Nougat-de-Montelimar/100057637532393/) [25.06.2025].
- Confrérie du nougat de Tours. lenougatdetours.fr/la-confrerie/ [25.06.2025].
- Confrérie du Pain d'épices. confrerie-dijon.blogspot.com/p/la-confrerie.html [25.06.2025].
- Confrérie du piment d'Espelette. http://www.espelette-paysbasque.com/cote_detente/confrerie-piment-espelette [25.06.2025].
- Confrérie du Saint-Péray. confrerie-saint-peray.blogspot.com [25.06.2025].
- Confrérie du véritable camembert de Normandie. actu.fr/normandie/camembert_61071/camembert-grand-maitre-la-confrerie-chevaliers-camembert-voit-dun-bon-oeil-levolution-laop_16605242.html [25.06.2025].
- Confrérie vineuse des Tire-douzils. facebook.com/groups/533682260719925/ [25.06.2025].
- Confrérie Les Ambassadeurs du Roquefort-Fraternitat Roquefort. <https://www.12actu.com/2025/06/20/les-ambassadeurs-du-roquefort-une-nouvelle-confrerie-pour-un-fromage-centenaire/> [25.06.2025].
- Confrérie Saint Vincent de Thomery. confreries-coordination-idf.fr/adherents/77-2/confrerie-saint-vincent-de-thomery/ [25.06.2025].
- Conseil des échansons. conseildesechansons-france.fr [25.06.2025].
- CO.CO.RI.CO (= Comité de Coordination Région Ile de France des Confréries) : « Mes terroirs.TV : La route des terroirs et des territoires traditionnels-Région Île-de-France ». confreries-coordination-idf.fr/2021/01/05/mes-terroirs-tv-la-route-des-terroirs-et-territoires-traditionnels-region-ile-de-france/ [27.06.2025].
- Cresswell, Tim (2014): *Place an introduction*. Chichester: Wiley Blackwell.
- Delfosse, Claire (2011) : *La mode du terroir et des produits alimentaires*. Paris : les Indes savantes.

- Delfosse, Claire (2012) : « La France et ses terroirs. Un siècle de débats sur les produits et leurs liens à l'espace ». *Pour* 215–216/3 : 63–74. doi.org/10.3917/pour.215.0061.
- Devilla, Lorenzo/Mercurio, Niela (2025) : « Valoriser le territoire à travers la bière artisanale : une analyse exploratoire de brasseries italiennes (Campanie, Sardaigne), françaises (Corse) et suisses (Jura) ». *Repères-DoRiF* 31. dorif.it/reperes/lorenzo-devilla-niela-mercurio-valoriser-le-territoire-a-travers-la-biere-artisanale-une-analyse-discursive-exploratoire-des-sites-web-de-brasseries-italiennes-campanie-sardaigne-francaises-co/ [15.05.2025].
- Échansonnerie de Saint-Bourrou. academiedesconfreriesenmidipyrenees.fr/eschansonnerie-de-st-bourrou.html [25.06.2025].
- Échansonnerie des Papes. https://www.chateauneuf.com/359e-chapitre-de-lechansonnerie-des-papes/ [25.06.2025].
- Eshuis, Jasper/Klijn, Erik-Hans/Braun, Erik (2014) : « Marketing territorial et participation citoyenne : le branding, un moyen de faire face à la dimension émotionnelle de l'élaboration des politiques ? ». *Revue Internationale des Sciences Administratives* : 153–174.
- Fiche d'identification (2023) : « Fiche d'inscription de la Commanderie du Babau au PCI Mondial ». ac-na.fr/images/documents/fiches_unesco/FU-Commanderie%20du%20babau%20de%20Rivesaltes.pdf [22.03.2026].
- Fiche d'inventaire au patrimoine culturel immatériel (2023). pci-lab.fr/fiche-d-inventaire/fiche/536-les-pratiques-sociales-et-culturelles-des-confreries-oenogastronomiques-en-france [22.03.2025].
- Fischler, Claude (1990) : *L'omnivore*. Paris : Éditions Odile Jacob.
- Gautier, Laurent (2018) : « Pour une écologie du langage. Formes, transmission et variation dans les discours spécialisés ». *Figements et discours spécialisés. Forum fur Fachsprachen-Forschung*. Vol.105. Berlin, Franck & Timme : 9–30.
- Gautier, Laurent (2019) : « La recherche en “langues-cultures-milieus” de spécialité au prisme de l'épaisseur socio-discursive ». In: Calderon, Marietta/Konzett-Firth, Carmen (eds.) : *Dynamische Approximationen*. Berlin, Lang: 369–387.
- Goffman, Erving (1973) : *La mise en scène de la vie quotidienne. La représentation de soi. (Tome 1)*. Paris : Éditions de minuit.
- Grimaldi, Claudio (ed.) (2017): *Il prodotto agroalimentare campano tra lingua, cultura e tradizione*. Naples : Aracne.
- Guillorel, Hervé (2012) : « Onomastique, marqueurs identitaires et plurilinguisme : les enjeux de la toponymie et de l'anthroponymie ». *Droits et cultures* 64: 11–50. doi.org/10.4000/droitcultures.2780.
- Haugen, Einar (1972): *The Ecology of Language; Language science and national development*. Stanford: Stanford University Press.
- Jurade de Saint-Emilion. winebrotherhoods.org/les-confreries/france/jurade-de-saint-emilion/ [25.06.2025].
- Kapferer, Jean-Noël (2011) : « Quelle stratégie pour la marque France, demain ? ». *Revue Française de Gestion* 218–219 : 139–153.
- Laffargue, Marie (2016) : *La valorisation du patrimoine culturel, moteur de développement territorial. Sciences de l'Homme et société*. dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01799280v1/file/M1_LTDT_2016_LAFFARGUE_%20Marie_fusionn%C3%A9.pdf. [25.06.2025]

- Landowski, Éric (2012) : « Régimes de sens et styles de vies ». *Nouveaux Actes Sémiotiques* 115. <http://epublications.unilim.fr/revues/as/2647> [02.05.2024].
- Lardellier, Pascal (2011) : *Opéra Bouffé. Une anthropologie gourmande de nos modes alimentaires*. Cormelles-Le-Royal: Éditions EMS Management et société.
- Le Figaro Magazine* (10.05.2025) : « “Il faut arrêter d’en manger” : quand les écologistes veulent interdire... le comté ». lefigaro.fr/actualite-france/il-faut-arreter-d-en-manger-quand-les-ecologistes-veulent-interdire-le-comte-20250510 [25.06.2025].
- Le Figaro Politique* (18.09.2023) : « “Non, Fabien, tu ne gagneras pas avec un steak” : la pique de Sandrine Rousseau à Roussel sur la viande ». lefigaro.fr/politique/non-fabien-tu-ne-gagneras-pas-avec-un-steak-la-pique-de-sandrine-rousseau-a-roussel-sur-la-viande-20230917 [25.06.2025].
- Marchand, Catherine (2024) : « La France reconnaît les confréries oenogastronomiques ». *La semaine Basque*. <https://www.lspb.fr/la-france-reconnait-les-confreries-oenogastronomiques/> [13.01.2025].
- Mercurio, Nicla (2023) : « Terminologie(s) et territorialité : la description des bières artisanales en français et en italien ». In : Roche, Christophe (ed.) : *TOTh 2022. Terminologie & Ontologie : Théories et Applications*. Chambéry, Presses universitaires Savoie Mont Blanc : 139–159.
- Mercurio, Nicla (2024) : « Promouvoir le territoire à travers les appellations commerciales : une analyse comparative des microbrasseries de Provence-Alpes-Côte d’Azur et de Campagne ». In : Fadda, Denis/Saggiomo, Carmen (eds.) : *Un coup de dés* 12. Paris, La Renaissance française : 133–146.
- Mes terroirs TV : confreries-coordination-idf.fr/wp-content/uploads/2022/03/Concept-MES-TERROIRS_WebTV-COCORICO.pdf [02.02.2026].
- Micoud, André (1995) : « Le bien commun des patrimoines ». In *Patrimoine naturel, patrimoine culturel*, Actes du colloque de l’École Nationale du patrimoine. Paris, La Documentation française : 25–38.
- Micoud André (2004) : « Des patrimoines aux territoires durables. Ethnologie et écologie dans les campagnes françaises ». *Ethnologie française* 34/1 : 13–22.
- Ministère de l’agriculture et de la souveraineté alimentaire (2024) : « Qu’est-ce que la haute valeur environnementale ? ». <https://agriculture.gouv.fr/quest-ce-que-la-haute-valeur-environnementale> [03.11.2025].
- Ouest-France* (12.05.2025) : « Un militant écologiste a-t-il appelé à arrêter de manger du comté ? On vous explique la polémique ». ouest-france.fr/economie/consommation/un-militant-ecologiste-a-t-il-appelle-a-arreter-de-manger-du-comte-on-vous-explique-la-polemique-e-627421c2-2f1f-11f0-bcfe-3a5efa388100 [25.06.2025].
- Outin, Edmond, Aimé Magali (2010) : *Guide des confréries gastronomiques et sociétés gourmandes*. Paris : Dervy.
- Pays de Gex agglomération : « *Escape game* : sauvons le Pays de Gex ». <https://www.paysdegexagglomeration.fr/actualite/19629/8430-escape-game-sauvons-le-pays-de-gex.htm> [01.07.2025].
- Parizot, Anne (2015) : « Le terroir : une expérience sensible entre exception culturelle et nostalgie ». *La valorisation des patrimoines. Authenticité et communication 2015*. Tarroudant : Maroc. shs.hal.science/halshs-03576140v1 [14.03.2025].

- Parizot, Anne (2020) : « Vin de terroir et vin du terroir : entre mythe et réalité ». In : Yengué, Jean-Louis/Stengel, Kilien (eds.) : *Le terroir viticole*. Tours, Presses universitaires François-Rabelais : 315–333. doi.org/10.4000/books.pufr.28510.
- Parizot, Anne (ed.) (2021) : *Les confréries : identité et discours. Patrimoine immatériel entre terroir et territoire*. Paris : L’Harmattan.
- Parizot, Anne (2023) : « Les confréries : un levier de patrimonialisation et de médiation alimentaire ». *Huitième convention internationale d’histoire et des cultures de l’alimentation*, IEHCA, May 2023, Tours, France. <https://hal.science/hal-04415592v1> [18.08.2024].
- Parizot, Anne (2024) : « Quel est le rôle des confréries gastronomiques ? ». *The Conversation*. theconversation.com/quel-est-le-role-des-confreries-gastronomiques-224529 [18.10.2024].
- Parizot, Anne/Patin, Stéphane (2024) : « Le vin à travers les confréries françaises et espagnoles. (Re) présentation d’un écosystème patrimonial historique, culturel, économique et humain ». Fichiers présentés lors des *XX Rencontres internationales du Gères*. Gères, Juin 2024, Rennes (Campus Villejean), France. hal.science/hal-04698208v1 [07.01.2025].
- Rautenberg, Michel/Tardy, Cécile (2013) : « Patrimoines culturel et naturel : analyse des patrimonialisations ». *Culture et Musées*, hors-série : 115–138. shs.hal.science/halshs-00964010/document [07.06.2025].
- Saverot, Denis (2024) : « Fracture entre les “nature” et les “anti-nature” ». *Revue du vin de France*. <https://www.larvf.com/vin-nature-bio-soufre-anti-nature-controverse,4563589.asp> [25.06.2025].
- Sites remarquables du goût : Fédération nationale des associations locales des Sites remarquables du goût (2021). sites-remarquables-du-gout.fr/la-federation-ses-valeurs/ [07.09.2024] et sites-remarquables-du-gout.fr [25.06.2025].
- Skinner, Christopher H. (2008): “The emergence and development of place marketing’s confused identity”. *Journal of Marketing Management* 24: 915–928.
- UNESCO : « Qu’est-ce que le patrimoine culturel immatériel ? ». ich.unesco.org/fr/qu-est-ce-que-le-patrimoine-culturel-immateriel-00003 [01.07.2025].
- UNESCO (2003) : « Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel ». ich.unesco.org/fr/convention [25.06.2025].
- UNESCO (2005) : « Les fondements de notre réflexion ». *Rencontres Planète Terroirs*. planeteterroirs.org/wp-content/uploads/2018/02/LES-FONDEMENTS-10-nov-2005.pdf [22.08.2024].
- Van Leeuwen, Cornelius/Seguin, Gérard (2006): “The Concept of Terroir in Viticulture”. *Journal of Wine Research* 17/1: 1–10.
- Vaudour, Emmanuelle (2002): “The quality of Grapes and wine in relation to geography: Notions of Terroir at Various Scales”. *Journal of Wine Research* 13/2: 117–141.
- Vuignier, Renaud (2017): « La marque territoriale, outil de différenciation pour l’attractivité ? Étude empirique auprès des décideurs d’entreprise ». *Gestion et Management* 6/1 : 59–75.
- YouTube Vidéo Richerenches : « Richerenches : des chefs du monde entier sur le marché à la truffe ». youtube.com/watch?v=4jj9TMdwm24 [25.06.2025].