

Séminaire pluridisciplinaire
SOCIETES ET ESPACES RURAUX

13^e année – 2006-2007

Séance du mardi 6 mars 2007

Compte rendu réalisé par
 Antoine CARDI (doctorant en Histoire),
 Vanessa POUTEAU (Master 1 d'Histoire)
 et Charles DAVID (Master 1 de Géographie)

Jean VIGREUX

Maître de conférence en Histoire contemporaine à l'Université de Dijon

« La faucille après le marteau : écrire l'histoire du communisme rural »

La spécificité de l'histoire du communisme rural est d'être à la croisée de plusieurs chemins. En interrogeant notamment la notion de politisation du monde rural, elle fait se rencontrer histoire politique et histoire rurale. Cette spécificité, le titre de l'intervention de Jean Vigreux la souligne, matérialisant une double volonté de sa part : celle, tout d'abord, de mettre en lumière le « retard » relatif de l'apparition du communisme rural à l'égard du communisme urbain et industriel ; celle, ensuite, de souligner l'opposition de l'intervenant à l'égard d'une vision traditionnelle d'un communisme « contre » les campagnes.

Soucieux de construire une histoire croisée des processus de politisation, Jean Vigreux insiste, dans les études menées sur le communisme aux champs, sur la notion d'échelles. Loin de considérer – comme l'a fait pendant longtemps l'histoire politique du monde rural – le processus de politisation comme un mouvement unidirectionnel d'un centre vers la périphérie, il souligne l'importance de la prise en compte de chaque étape et lieu de ce processus : le centre (quel est précisément le rôle de l'Internationale communiste dans la stratégie d'implantation du communisme rural en France ?), la périphérie (comment le parti communiste compose-t-il avec les singularités politiques ou institutionnelles nationales ?) et l'échelon local (qu'est-ce que le communisme au village ?). Ces trois échelons distingués par Jean Vigreux constituent l'armature de son propos.

Après un rapide aperçu donné de la pléthore de sources archivistiques rendues disponibles depuis la chute du Mur de Berlin (archives russes du Krestintern, fonds de l'Institut agraire international, mais également fonds nationaux et départementaux français, sans oublier les nécessaires entretiens oraux), Jean Vigreux entame la première partie de son intervention par l'examen du poids du « centre » – du Komintern – dans le processus d'implantation du communisme agraire en France. Dès le 2^e Congrès mondial du Komintern (1920), des positions distinctes apparaissent chez les différents orateurs quant à la politique à adopter vis-à-vis de l'implantation du communisme en milieu rural. Si certains délégués (comme Ernst Meyer) défendent l'idée que le monde urbain et industriel doit dicter sa loi au

monde rural, d'autres développent un discours plus nuancé sur les « masses paysannes ». Au final, un programme agraire est adopté : si la socialisation des moyens de production reste le but à atteindre pour chacun des pays dans lequel le communisme doit triompher, une certaine latitude est cependant laissée nationalement pour parvenir à cet objectif. Cette position pragmatique est à resituer dans une période – le début des années 1920 – de reflux révolutionnaire, qui explique la nécessité de la part du parti communisme de s'allier d'autres classes sociales que le prolétariat urbain. Un second temps important de l'organisation d'un mouvement paysan communiste international est la naissance du Krestintern. Cette instance, créée en 1923, est animée à ses débuts par des individus issus du monde paysan et originaires d'horizons nationaux différents, situation qui explique la certaine liberté de manœuvre dont elle dispose à l'égard du Komintern. Le Krestintern est alors un laboratoire privilégié d'alliances politiques nouvelles, notamment par le biais du syndicalisme. Pourtant, l'approche « agrarienne » défendue par le Krestintern cède la place, à partir du milieu des années 1920, au système stalinien qui valorise sovkhozes et kolkhozes au détriment de toute autre forme d'organisation de la production agricole.

À la « périphérie », en France, l'implantation du communisme rural suit des voies originales. Selon l'expression d'Hobsbawm, la Première Guerre mondiale amène les dirigeants politiques à se poser la question des « masses ». L'apparition des partis communistes nationaux se fait parfois sur fond de mouvements agraires importants (des révoltes de métayers, par exemple). En France, se met en place la figure du prolétaire des champs, inspirée notamment par celle de Jean Jaurès. Se dégage ainsi un continuum de discours avec la SFIO d'avant 1920-1921, celui d'une République émancipatrice, la « Sociale », contre la bourgeoisie. Cette réappropriation des images socialistes par le parti communiste constitue un jeu sur les représentations collectives : le Parti promeut dans les campagnes une vision émancipatrice d'une République défenseuse de la petite propriété. Ce modèle culturel emprunte donc plus à l'échelon national qu'aux directives internationales. Selon Jean Vigreux, il faut comprendre dans le développement de ce discours de la part du PCF vis-à-vis des campagnes la volonté d'occuper un espace politique occupé avant-guerre par les radicaux mais déserté depuis, et non investi par les socialistes.

Au niveau local, les formes de mobilisation du communisme au village se multiplient. C'est l'époque où les Jeunesses communistes partent « à la conquête » des campagnes à vélo. Les données archivistiques nous renseignent sur le degré d'implantation du parti communiste en milieu rural. Une enquête de 1939 montre que la période 1934-1937 est un moment particulièrement fécond en terme d'adhésions au parti. L'enracinement communiste local est favorisé par une mise en avant de la part des dirigeants communistes des principes de la « libre pensée » (républicanisme, laïcisme), véhiculés avant-guerre par le parti radical et qui rencontrent alors un écho favorable auprès des populations rurales.

Ainsi, entre-deux-guerres, la politisation des campagnes françaises au profit du parti communiste se fait à différents niveaux : par « le haut » (le centre, les instances communistes internationales), par la périphérie (le niveau national) et par « le bas » (l'échelon local). Chronologiquement, l'implantation en France du communisme rural est donc attestée dès les années 1920 et pas uniquement après 1945 comme il était coutume, pour les historiens, de le souligner précédemment. Pour Jean Vigreux, c'est bien cette capacité du communisme rural à se fonder dans l'espace républicain qui montre que celui-là ne fut pas exclusivement ouvrieriste.

Discussion

Jean-Marc Moriceau : Mettre les agrariens avec l'extrême gauche, n'est-ce pas un peu de la provocation ? Ne sont-ils pas plutôt conservateurs ?

Jean Vigreux : C'est effectivement assez inattendu de classer les agrariens avec l'extrême gauche, mais on voit que le monde rural a besoin d'idéaux sociaux. Ils s'élèvent contre les grands propriétaires, les hobereaux. Il existe une volonté de réforme agraire durant l'entre-deux guerres.

Jean-Marc Moriceau : Quelles sont les influences des différents dirigeants communistes ruraux que tu cites ?

Jean Vigreux : Toutes ces personnes – comme Renaud Jean, par exemple – ont un ancrage local sur un territoire donné. Les sections agraires du parti fonctionnent avec cet ancrage local. L'inscription de ces personnes dans un territoire est assez forte.

Philippe Madeline : Que-t-on apporté les entretiens que tu as pu réaliser auprès d'anciens dirigeants du parti communiste ?

Jean Vigreux : Un supplément d'âme, des anecdotes. Les entretiens m'ont permis d'aborder avec les témoins des notions comme les sociabilités, la manière de voter au sein du village, éléments auxquels il est bien difficile sinon impossible d'avoir accès par d'autres biais. Cela m'a également permis de comprendre plus précisément les intérêts locaux.

Jérôme Jambu : Le phénomène de la violence paysanne ayant trait notamment aux rapports aux grands propriétaires terriens dans l'immédiat après-guerre peut-il être mis en relation avec la Révolution Française ?

Jean Vigreux : Il existe des tentations historiographiques de mise en rapport entre ces deux dates. Je ne suis pas d'accord avec cette vision. Il peut y avoir en certains endroits une culture de l'historicité mais pas partout. On est pas partout l'héritier de...

Pierre Brunet : La complexité de la géographie sociale des campagnes pendant l'entre-deux-guerres est-elle le reflet d'une société rurale complexe ?

Jean Vigreux : Il existe différentes structures en fonction des lieux dont on parle. Il y a une forte adhésion pendant les années 1935 et 1937. Des grèves sont apparues dans le monde rural. La violence existe aussi dans le monde rural. Il y a des enjeux violents dans les villages.

Christine MARGETIC

Professeur de géographie à l'Université de Nantes

« Un siècle de firmes agro-alimentaires : de l'ancrage local à la mondialisation »

Cette étude introduit une réflexion sur deux thèmes majeurs : la géographie et la mondialisation. L'intervention de Christine Margétic se structure en quatre points : présentation des firmes agro-alimentaires, des noms emblématiques, des liens aux lieux et enfin des qualités et proximités comme nouveaux enjeux pour les firmes.

En premier lieu Christine Margétic se pose une interrogation de type terminologique. Depuis le XIX^e siècle, le secteur agro-alimentaire regroupe différents termes, de l'industrie agricole (M. Sorre, 1929) jusqu'à la firme agro-alimentaire. Il existe ainsi tout un vocabulaire avec des définitions nuancées qui dénotent une profonde hétérogénéité des structures d'entreprises considérées. L'industrie agro-alimentaire peut être définie comme une association d'activités cloisonnées, articulées verticalement mais étrangères les unes aux autres. D'un point de vue statistique, il est également difficile d'appréhender ces industries agro-alimentaires : le Ministère de l'Agriculture propose une grille où se recourent neuf ensembles d'activités souvent dissociées, tandis que la classification actuelle de l'OCDE ne compte que cinq classes. Autre difficulté à souligner : les questions de seuils. À partir de quel moment peut-on parler d'industrie et non plus d'artisanat ? Plusieurs autres critères peuvent intervenir pour une classification des industries : le niveau de transformation du produit ou encore le passage d'activités de type fordiste (production en masse) à un type non fordiste (où s'opère une sectorisation des gains). En substance, on peut distinguer trois groupes d'industries agro-alimentaires : les industries qui ont un lien avec le monde agricole et les consommateurs, celles liées uniquement au monde rural et enfin celles liées exclusivement aux consommateurs.

Certaines firmes sont dotées de noms emblématiques. Un nom local peut rester fort même s'il est intégré dans le giron d'une firme internationale. Amora – qui fait partie du groupe Unilever – en est un exemple marquant. Idem pour des coopératives, tel « l'empire d'Elle et Vire » (A. Frémont, 1957).

Il convient également de s'interroger sur les cycles de vie des entreprises pour en saisir les différentes dynamiques. Exemple représentatif, le groupe Danone décide, avant les années 1990, de partir à la conquête du marché de l'Europe de l'Est, avec comme point de mire la volonté de se lancer à la conquête du monde. Cette firme française est composée de trois secteurs : les produits laitiers frais, les biscuits et l'eau conditionnée. Elle compte aujourd'hui, plus de salariés en Asie-Pacifique qu'en Europe occidentale, car elle a notamment parié sur une implantation renforcée en Chine, qui apparaît comme un nouveau marché puisque ses habitants ne consomment encore que très peu de produits laitiers.

SODIAAL, second groupe laitier français et au quatrième rang européen, est une firme originale puisqu'elle est composée de sept unions de coopératives qui elles-mêmes se divisent en plusieurs coopératives distinctes. L'internationalisation de ce groupe se fait par le biais d'un système de franchises et par un système de partenariat.

Pour ces produits laitiers, la durée de conservation est réduite et il faut donc un lieu de production proche des lieux de consommation. Les firmes sont alors contraintes d'avoir un ou plusieurs lieux de production par grands ensembles territoriaux.

Deux remarques sont importantes ici. D'une part, il arrive un moment où tous les pays sont conquis : la firme Coca-Cola, confrontée à la « finitude du monde » et ne pouvant plus conquérir spatialement de nouveaux marchés, est contrainte de se diversifier. D'autre part, ces stratégies diverses ne sont pas uniquement issues du monde occidental.

Les industries ayant besoin du monde agricole se voient dans l'obligation de se rapprocher des lieux de production des matières premières : 80 % des producteurs qui livrent le groupe Bonduelle se trouvent dans un rayon de trente kilomètres du site de production. Il existe ici une logique de concentration des livreurs à proximité du centre de production. Le groupe américain McCain a la même approche, alors que le légume qu'il produit – la pomme de terre – supporte très bien le transport. Comprendre cette stratégie nécessite de la mettre en relation avec une logique fordiste d'entreprise où l'on joue constamment sur les prix, les coûts des matières premières et des transports.

La proximité et surtout la qualité apparaissent comme des enjeux essentiels pour ces firmes agro-alimentaires. Il convient de gérer le risque zéro, d'où un cahier des charges très complet, notifiant le lieu des parcelles sélectionnées (la pollution en est totalement exclue). La parcelle est au cœur des démarches en productions végétales, d'où une qualité « sanction » à l'échelle micro-locale. Cette qualité est mise en avant par le biais de la santé (gamme des « produits santé », dont l'initiative appartient souvent aux PME, obtenue par association ou rachat) et par le biais de la communication pour rassurer les consommateurs grâce aux visites virtuelles des usines ou des musées d'entreprise.

Discussion

Philippe Madeline : Dans l'approche des firmes agro-alimentaires que tu proposes, le « risque zéro » existe-t-il ?

Christine Margétic : Le risque zéro n'existe pas. Il renvoie à un schéma culturel. Ce n'est pas le même schéma dans les pays du Sud que dans ceux du Nord. La notion de risque n'est pas prise en considération dans tous les pays. En ce qui concerne les O.G.M, c'est différent en fonction des produits. Tous les produits ne sont pas concernés. Pour les industriels, ce n'est pas un risque mais ils doivent être prêts à réagir vis-à-vis des O.G.M. Tout dépend du marché à viser. Pour la transformation, la question des O.G.M ne se pose pas car il existe des débouchés non alimentaires. En fonction de la finalité, la réglementation n'est pas la même.

Philippe Madeline : Les pays occidentaux innovent en termes de besoins alimentaires pour conquérir de nouveaux marchés. Comment ces firmes agissent dans les autres pays ?

Christine Margétic : Les changements d'habitude renvoient elles aussi à un schéma culturel. Par exemple, l'importation des céréales pour le petit-déjeuner en Europe est une création des firmes afin de créer de nouveaux créneaux de consommation. En ce moment, beaucoup d'efforts sont faits dans ce sens en Asie et en Amérique Latine. Les firmes tentent de créer des nouveaux goûts pour ces continents. Seules quelques catégories sociales sont ciblées dans la création de ces nouveaux marchés. Ce sont généralement les classes les plus aisées.

Philippe Madeline : Quelles sont les logiques financières des firmes ? Quels sont les détails des contrats entre les agriculteurs et les firmes ? Quelles sont les marges de manœuvre des agriculteurs ?

Christine Margétic : L'aspect social n'est pas la préoccupation première des firmes. Elles ont la volonté d'avoir une image de marque internationale. Par exemple, Bonduelle se dit « Nordiste » ou Nestlé est Suisse. L'évolution des politiques agricoles peut changer l'implantation des sites comme, par exemple, celui du sucre où la disparition de la culture de betterave changera la localisation des sites de production. Les agriculteurs ont longtemps été réfractaires aux contrats. Auparavant, ils venaient vendre uniquement leur surplus. Aujourd'hui, les agriculteurs recherchent les contrats car cela assure un revenu et un débouché. Les agriculteurs n'ont aucune marge de manœuvre vis-à-vis des firmes.

Jean-Marc Moriceau : Existe-t-il une logique spatiale d'implantation des firmes ? Existe-t-il des obstacles à leur implantation ?

Christine Margétic : Les obstacles qui existent sont d'ordre environnemental. Par exemple, l'installation d'une usine Coca-Cola en Inde a des conséquences sur la qualité de l'eau. Il existe donc un refus d'une modernisation à n'importe quel prix. Mais ce sont des réactions ponctuelles et rares.

Jean-Marc Moriceau : Existe-t-il des effets spatiaux des localisations ? Cela tend-t-il vers l'uniformisation ou la diversification ?

Christine Margétic : On demande la même chose aux producteurs même s'ils résident dans des pays différents. Les firmes apprennent aux agriculteurs la manière de cultiver le produit afin d'obtenir ce qu'ils désirent. Ces firmes ne s'adressent donc pas uniquement aux grandes structures agricoles. Ce qui conduit à la disparition des petites exploitations et à la concentration des terres.

Jean-Marc Moriceau : Quel est l'impact des héritages culturels dans la labellisation ?

Christine Margétic : Certaines firmes s'appuient sur le nom de la firme. La logique des entreprises est de garder le nom des marques qu'elles rachètent. Leur notoriété s'exprime au travers des marques qui sont déjà des références. Les firmes tentent de trouver des noms utilisables à l'échelle mondiale. Les firmes utilisent l'héritage quand cela sert à la firme.

Edgar Leblanc : Comment se répartissent les coûts ?

Christine Margétic : Ce qui coûte le plus cher, c'est la communication. Ce coût s'élève à environ 5 % du produit. Les firmes peuvent rester dans des zones où les produits agricoles sont chers puisque le prix à la production est faible. Avec la nouvelle Politique Agricole Commune, il est possible que les sites se localisent différemment. Ce n'est pas le coût qui compte mais les politiques nationales.

Edgar Leblanc : Les stratégies d'ancrages sont-elles identiques pour l'industrie du lait, de la viande, des légumes... ?

Christine Margétic : Les stratégies sont différentes en fonction des filières. Par exemple, la production de viande est dans une logique de proximité car il est difficile et coûteux de faire voyager la viande. Cela dépend des produits. C'est en fonction du coût du produit que la firme s'installe. Les usines sucrières restent dans les pays de consommation. Il existe une mise en

concurrence des territoires. On est donc dans une logique d'implantation classique par rapport aux autres industries comme celles du secteur automobile.

Matthieu Guérin : Existe-t-il un lien entre les firmes agro-alimentaires et les producteurs de semences ?

Christine Margétic : Les firmes ont leurs propres laboratoires de recherche et de développement. Il n'existe pas de liens privilégiés avec le secteur des semences. Les firmes utilisent des semences brevetées pour se protéger.

Maxime Marie : Les stratégies de fusion des firmes agro-alimentaires provoquent-elles des phénomènes de relégation de certaines exploitations comme les exploitations laitières ?

Christine Margétic : C'est variable en fonction des contextes locaux. Certaines firmes peuvent se séparer d'un agriculteur si le coût de transport par rapport au volume est trop élevé. Ces stratégies sont moins présentes dans le secteur laitier et plus présente chez les producteurs de légumes car les risques sanitaires sont plus élevés.