

LA COMMERCIALISATION DU RIZ *TINAWON* IFUGAO (PHILIPPINES) : VERS UNE RECOMPOSITION SOCIALE ET TERRITORIALE ?

Aurélie Druguet

Les communautés Ifugao de la Cordillère des Philippines, au nord de l'île de Luzon, sont une société de riziculteurs-essarteurs. Les savoirs et savoir-faire qu'ils ont développés autour de la riziculture et de la construction des terrasses les ont rendus internationalement célèbres, les paysages ainsi modelés étant présentés comme rien moins que « la 8^{ème} merveille du monde ». Les techniques méticuleuses de sélection du riz, récolté panicule par panicule, selon de multiples critères de qualité (taille, forme, couleur, arôme) variant sensiblement d'une communauté à l'autre, sont à l'origine de la forte diversité variétale de la catégorie générique du *tinawon*. H.C. Conklin (1980) en avait recensé plus de 70. Néanmoins, mes enquêtes de terrain laissent présager une érosion de cette diversité, seule une trentaine de variétés ayant été observées. Si la production et la consommation de riz tient une place importante dans la société Ifugao, le *tinawon* a un statut particulier, faisant partie intégrante du système culturel. Offert aux premiers membres par les dieux, il est donné en offrande à ces derniers ainsi qu'aux ancêtres lors des nombreux rituels. De plus, chaque étape de sa culture doit s'accompagner de cérémonies pour protéger la production des ravageurs et des intempéries, pour appeler à une bonne récolte et pour que cette dernière ne soit pas « *facilement consommée* » selon l'expression locale, c'est-à-dire qu'elle couvre les besoins du ménage pour toute l'année. L'ouverture récente du territoire Ifugao à la culture dominante et l'introduction de nouvelles variétés de riz entraînent progressivement l'abandon de ces rituels. Malgré tout, le lien privilégié entre la culture du *tinawon* et le système culturel Ifugao est toujours fort.

La Province Ifugao est aujourd'hui en pleine mutation mais ses habitants montrent une forte aptitude à composer entre tradition et modernité. Elle ne s'est véritablement ouverte sur l'extérieur qu'à partir des années 1940, l'occupation espagnole du 16^{ème} au 18^{ème} siècle ayant eu comme conséquence de refermer les populations sur elles-mêmes et d'aviver les sentiments identitaires. Néanmoins, la présence américaine, au cours du 20^{ème} siècle, initia un long processus d'assimilation à la culture dominante : création des écoles, christianisation, développement des infrastructures et des institutions nationales. Depuis, la Province est investie par un grand nombre de visiteurs (missionnaires, chercheurs, touristes) et se trouve au cœur d'enjeux antagonistes, qui se répercutent sur l'évolution de la production du *tinawon*. D'un côté, considérée comme l'une des provinces les plus pauvres du pays, elle est parcourue par des programmes de sécurité alimentaire, se matérialisant par l'introduction de variétés de riz à haut rendement, dévalorisant le *tinawon*. D'un autre côté, elle est l'objet de mouvements de conservation et de valorisation de son patrimoine. Les rizières et le chant épique *hudhud* Ifugao ont ainsi été respectivement labellisés au titre de paysage culturel (1995) et de patrimoine immatériel (2001) par l'UNESCO. De surcroît, depuis 2005, l'engouement des Américains pour le riz *tinawon* et le projet de son exportation vers les Etats-Unis offrent un nouveau regard sur ces variétés locales, jusqu'alors dépréciées par le Gouvernement.

Dans un tel contexte historique et politique, le projet de commercialisation du *tinawon* est venu de l'extérieur, né de la collaboration entre une Américaine (présidente de l'entreprise Eighth Wonder) et une Philippine (présidente de l'ONG « Revitalize Indigenous Cordilleran Entrepreneurs », RICE). Les producteurs de six municipalités participent à l'exportation et sont regroupés au sein d'une coopérative, « Rice Terraces Farmers Cooperative » (RTFC), basée à Banaue. Chaque municipalité y est représentée par un ou plusieurs fermiers, formant

le comité administratif. Les coopérateurs, dont le nombre est passé de 187 à 382 entre 2005 et 2008, apportent en moyenne 25kg de riz chacun, se réservant le reste de la récolte pour leur consommation. Depuis la 1^{ère} exportation en 2006, le tonnage a progressivement augmenté, de 2.7 à près de 9 tonnes en 2008. Néanmoins, la projection brutale d'une production domestique, à forte valeur culturelle, dans un marché global et une filière longue de commercialisation soulève de nombreuses interrogations (Gerz & al, 2006). De quelles manières les innovations sociales et techniques – organisation de la collecte et de la vente, coordination des actions individuelles, définition et contrôle de la qualité du produit – s'intègrent-elles au système local ? Une démarche interdisciplinaire était nécessaire pour cette étude. Les enquêtes de terrain ont été basées sur la méthodologie de l'ethnologie, complétée par l'outil cartographique : 143 entretiens semi-directifs enregistrés et retranscrits, réalisés auprès de 68 acteurs différents, et observation participative.

Le *tinawon* du point de vue des développeurs : des stratégies basées sur un argumentaire paysager et « ethnique »

Aux Etats-Unis, le *tinawon* est vendu dans la gamme des produits à haute valeur ajoutée en tant que produit équitable, traditionnel et d'excellente qualité gustative. Dans sa stratégie de vente, Eighth Wonder met en avant le lien entre la conservation du paysage de terrasses et la commercialisation du *tinawon*, lui permettant ainsi d'obtenir un soutien financier de l'UNESCO. Cette image est exploitée dans tous les supports promotionnels, du slogan publicitaire (*Heirloom rice from the famed terraces of the Philippines*), à la marque commerciale (*Eighth Wonder*), en passant par le logo représentant des terrasses, jusqu'à la mise en place d'un programme de donations, « *adopt a terrace* », pour la remise en culture d'ouvrages abandonnés. La présentation faite par Eighth Wonder des objectifs de la commercialisation du *tinawon* à ses partenaires financiers (Banaue, juillet 2008), est révélatrice de cette stratégie :

To see the indigenous cultures of the Cordillera region flourish economically, culturally and in harmony with the natural environment of their revitalized rice terraces; to see the native *tinawon* evoke the image of the magnificent rice terraces of the Cordillera and the beautiful Philippines; to share the story of the rice, landscape and culture through culturally sensitive marketing.

Au final, tous les critères de qualité et de typicité mis en avant par Eighth Wonder, pour spécifier l'origine géographique du produit, relèvent de valeurs occidentales et sont loin des représentations des Ifugao, qui voient dans les terrasses une source de nourriture. Malgré tout, l'ONG a organisé la production du *tinawon* selon ces présupposés paysagers et « ethniques ». Seules les municipalités marquées par une agriculture sur terrasses sont autorisées à participer au projet. En outre, la représentation erronée des développeurs de l'uniformité du groupe Ifugao a conduit à regrouper les producteurs de toutes les municipalités dans une même coopérative. En réalité, la production locale est portée par différents groupes sociaux, entretenant des relations d'altérité entre eux. Elle est sous-tendue par des revendications identitaires multiples, d'autant plus qu'il s'agit d'une production à forte valeur culturelle, véritablement patrimoniale. Une telle organisation sociale et spatiale est alors à l'origine de tensions qui révèlent la complexité de la territorialité et de l'identité des Ifugao et de la culture du *tinawon*.

Une organisation commerciale qui se heurte à la territorialité Ifugao

La société Ifugao est fondée sur un système clanique. Les rapports sociaux entre les habitants sont essentiellement de parenté et les contacts entre les membres de deux municipalités différentes ne sont que ponctuels, lors d'occasions sociales. Les Ifugao établissent également entre eux des relations de voisinage, émergeant en grande partie de préoccupations communes d'ordre écologique et agronomique. Ils renvoient donc aux échelles de gouvernance du territoire Ifugao.

Le découpage administratif, réalisé pendant la présence américaine, est venu grossièrement se superposer aux territoires originels. Le district agricole (*himpuntonaan*) – remplacé par le *barangay*, la plus petite entité administrative – constitue l'unité territoriale la plus fonctionnelle chez les Ifugao – tant en termes culturels, sociaux, techniques et environnementaux. C'est au sein de ces espaces que se tissent les relations de coopération. Les districts étaient menés par un leader, le *tumona*, qui jouait un rôle important au niveau des affaires sociales ainsi que pour les activités rizicoles. En inaugurant les différentes étapes de la culture, il avait une fonction de guide dans le cycle de riziculture, permettant la synchronisation des activités agricoles et donc la dilution des risques de déprédation. De nos jours, avec la création de la nouvelle administration locale et la diffusion de variétés de riz à cycle court, les *tumona* ont perdu leur pouvoir politique et agricole d'antan mais gardent un rôle symbolique important. Si le *barangay* reste l'échelle des relations sociales privilégiées, la municipalité constitue aujourd'hui la référence identitaire des Ifugao et est mise en avant par opposition avec les autres groupes. L'agrobiodiversité du *tinawon* reflète cette diversité sociale Ifugao. Chaque municipalité cultive une gamme spécifique de variétés, pour lesquelles les producteurs font preuve de « *loyauté* » selon leur propre expression (Mayuyao : *Inchumajaw* ; Aguinaldo : *Ijamfulu* ; Hungduan : *Minaangan* ; Hingyon : *Imbuucan* et *Donaal*).

En regroupant au sein d'une même coopérative les producteurs des différentes municipalités, le projet de commercialisation du *tinawon* souffre de faiblesses structurelles. En effet, la réussite de ces modèles agricoles dépend de l'adhésion et de la mobilisation des acteurs locaux, détenteurs des savoir-faire, de leur coopération et de leur coordination, en d'autres termes de leur « action collective » (Olson, 1965). Mais une telle configuration est contrainte par les rivalités, les jalousies, la méfiance et les conflits entre les différents groupes Ifugao. Vient s'ajouter à cela, le problème des déplacements limités des individus dans l'espace, concentrés principalement autour de leur district agricole et de leur municipalité. Ainsi, la participation aux réunions de la coopérative est faible lorsque ces dernières sont centralisées à Banaue. Cette assistance limitée pose d'autant plus de problèmes que la communication entre les différentes communautés est inexistante. C'est pourquoi, lors d'une réunion avec les représentants de la coopérative à Banaue (mai 2008), la présidente de RICE réprovoie l'absence de certains des membres et rappelle l'importance du dialogue entre chacun : « *I am sorry that few of you are from different municipalities, other than Banaue. Beyond this mountain, that is about 2-3 hours, we carry on knowing they will access those information from anyone of you... And I hope that everything happens here will be translated to your own villages and municipality* ».

Les démarches de valorisation des produits locaux s'appuient sur la reconnaissance d'un lien étroit entre la typicité d'un aliment et son origine géographique. C'est le partage d'un ensemble de pratiques et de savoirs entre les membres d'une communauté qui inscrit un produit dans un lieu (Bérard et Marchenay, 2004). Néanmoins, l'organisation commerciale de telles productions ne doit pas reposer sur une représentation simplifiée de la relation entre un groupe, un lieu et une production agricole, au risque de contraindre l'action collective. La

prise en compte de la diversité sociale et identitaire des producteurs locaux, et de leurs relations d'altérité, est majeure pour la réussite de ces systèmes de production. Malgré tout, le passage d'une proximité socioculturelle à une proximité professionnelle a été maintes fois observé au cours de l'organisation commerciale de productions locales (Gilly & Torre, 2000 ; Fournier & Moity-Maïzi, 2004). Dans le cas du projet d'exportation du *tinawon*, la question est de savoir si les acteurs locaux réussiront à construire, sur le long terme, une coordination de type professionnel, au fur et à mesure de leurs interactions. A l'inverse, la confiance et la coopération effective entre les acteurs dépendront-elles de la réorganisation de la production aux échelles qui font sens pour les Ifugao ?

Des critères de qualité contraignants et un prix d'achat peu incitatif : la multiplication des stratégies individuelles et opportunistes

Un autre niveau de confrontation entre représentations locales et marché global concerne la définition et le respect des critères de qualité du *tinawon*. Outre les réglementations sanitaires, la qualité du riz à l'échelle internationale est fondée avant tout sur l'apparence et le goût. Parmi l'ensemble des exigences esthétiques d'Eighth Wonder, celles qui suscitent des tensions entre les deux groupes d'acteurs concernent le taux de brisures (inférieur à 15%) et la standardisation de la production. Ces critères sont mal compris des producteurs, d'autant plus qu'ils nécessitent un travail très contraignant : un pilage manuel des grains, pour conserver la couche de son et la couleur du riz, et un tri minutieux de la denrée. Ne percevant pas la différence entre manger une graine entière ou brisée, l'écrémage d'une partie de la production est vécu comme un gaspillage.

Depuis 2008, une machine a été conçue pour remplacer le pilage manuel. Le contrôle du riz se fait alors sous sa forme brute, *irik*. Si, pour RICE et Eighth Wonder, une telle innovation vient soulager le travail des producteurs, elle n'est pas vécue comme telle par ces derniers. En effet, juger l'état de la graine par son enveloppe demande une observation minutieuse et un long travail de nettoyage, grain par grain, alors que la technique traditionnelle du vannage, après pilage, permettait d'évacuer mécaniquement les graines de mauvaise qualité. Dans chaque municipalité, plusieurs fermiers sont assignés comme inspecteurs pour contrôler la qualité du riz. Ils dénoncent la lourdeur de la tâche, leur effectif insuffisant et le salaire peu incitatif. Il en découle un manque de contrôle et de sanction entre les producteurs, conduisant à l'introduction de riz de mauvaise qualité dans la production exportée. Cette situation pèse lourd sur la relation entre Eighth Wonder et les producteurs.

Cette différence dans l'évaluation de l'effort de travail, accentuée par l'introduction de la machine, a fait éclater un conflit majeur entre les deux groupes d'acteurs. En effet, Eighth Wonder, assumant pour la première année le coût du pilage mécanique, propose une diminution de 20% du prix d'achat pour 2008 (de 50 à 40 pesos/kg, 1peso~0,016€). Les frais importants de l'exportation de la denrée aux Etats-Unis, où le riz est contrôlé une seconde fois avant d'être emballé, expliquent son prix de vente exorbitant de 9.50€/kg. Le rapport entre coûts de production et prix d'achat est difficile à estimer, bien qu'il semble être en faveur d'une augmentation du revenu aux producteurs, le pilage manuel étant la tâche la plus coûteuse en main d'œuvre. Néanmoins, n'établissant pas de lien direct entre investissements et gains, les Ifugao perçoivent cette baisse comme un manque à gagner, d'autant plus qu'ils ne voient pas d'amélioration dans leurs conditions de travail. En effet, quand les Ifugao évaluent leurs surfaces de production et leur récolte, c'est en nombre approximatif de ballots de riz. Pour certains, il est même tabou de compter la production. De plus, apprécier le coût de la

main d'œuvre est délicat car elle revêt différentes formes : entraide familiale, système de coopération *ub-bu* (aide réciproque et non rémunérée) ou rémunération en riz ou en argent.

Engagés dans une filière longue de commercialisation, les producteurs se trouvent ainsi projetés au cœur des lois du marché et des calculs économiques, objets de malentendus. Ils se sentent floués par cette baisse du prix et beaucoup d'entre eux n'ont pas participé à l'exportation de 2008. La faible valeur ajoutée apportée par le projet et la pénibilité du travail conduisent à la multiplication de stratégies individuelles et opportunistes. Certains des représentants de la coopérative vont même jusqu'à affaiblir intentionnellement l'organisation en bloquant les informations et en diffusant un message dépréciatif auprès de leur municipalité. D'autres développent un double jeu, s'impliquant de manière active dans le projet tout en prospectant pour de nouveaux débouchés. Ils utilisent parfois la marque et les supports commerciaux américains pour vendre au niveau local un riz de qualité différente. La présidente de RICE se plaint de cette usurpation : « *When you see this one, it's so far with what we have. I am really so frustrated! It's not the quality we want to get. It's maybe the same product but different presentation. It is not quality controlled. This is done without our registration, without our agreement* » (Banaue, mai 2008).

Conclusion : des ouvertures pour un marché national et local ?

Ainsi, l'insertion de la production domestique du *tinawon* dans une filière longue de commercialisation se confronte à de nombreuses contradictions dont certaines ont été exposées dans cet article. Apporter une haute valeur ajoutée à un aliment de base tel que le riz semble difficile, d'autant plus que les producteurs ne pourront pas améliorer le rendement de leur travail, contraints par l'exiguïté des terrasses. Le développement d'un marché local voire national, en direction de Manille et des villes des piémonts de la Cordillère ainsi que des sites touristiques de Banaue, pourrait permettre un assouplissement des conditions de production (une qualité moins stricte au regard des brisures) et une valorisation du prix de la denrée, vendu localement jusqu'à plus de 100 pesos/kg (diminution du coût de transport). Le Gouvernement local Ifugao s'implique de plus en plus dans cette démarche, plus particulièrement au travers du programme national « One Town, One Product » qui consiste à valoriser économiquement un produit agricole phare dans chaque municipalité. Il cherche aujourd'hui à diffuser les semences de *tinawon* dans la Province, auprès des producteurs auxquels il avait distribué les variétés à haut rendement. Néanmoins, la multiplication des ventes de riz générique, sous le faux nom de *tinawon*, prouve qu'une coordination des initiatives individuelles ainsi que l'établissement de règles de contrôle et de sanction seront nécessaires pour pérenniser un tel projet. Si elle voit le jour, la valorisation locale prendra-t-elle la forme de micro-organisations manœuvrées à l'échelle des municipalités ? Sera-t-elle contrôlée par le Gouvernement, ou reprise en main par les producteurs sur la base sociale des relations de parenté et intra-district, autorisant un mécanisme effectif de contrôle, de régulation et de sanction ?

BÉRARD L., MARCHENAY P., 2004. *Produits de terroir. Entre culture et règlement.* Les éditions du CNRS, Paris.

CONKLIN H.C., 1980. *Ethnographic Atlas of Ifugao: A study of Environment, Culture and Society in Northern Luzon,* New Haven, Yale University Press.

FOURNIER S., MOITY-MAÏZI P., 2004. « Proximité professionnelle et proximité communautaire: une grille d'analyse des proximités complexes dans le secteur artisanal », 4^{èmes} Journées de la Proximité "*Proximité, réseaux et coordination*", GREQAM-IDEP, Marseille, 17-18 juin 2004.

- GILLY J.-P., TORRE A., 2000.** *Dynamiques de proximité*, Paris, L'Harmattan.
- OLSON M., 1965.** *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, Harvard University Press.
- GERZ A., SAUTIER D., VAN DE KOP P. (eds.), 2006.** *Origin-based products. Lessons for pro-poor market development*, Bulletin 372, Royal Tropical Institute, Amsterdam, CIRAD, Montpellier.