Slow Food®

Fondation Slow Food pour la Biodiversité

Terra Madre

L'Arche du Goût

Comment construire le plus grand catalogue du goût du monde: découvrir et à sauver.

Editeurs : Serena Milano, Raffaella Ponzio, Piero Sardo

Avec la collaboration de : Francesca Baldereschi, Silvia Ceriani, Laura Drago, Eleonora Giannini, Ursula Hudson, Ludovico Roccatello, Veronica Veneziano

Avec l'assistance technique et scientifique de : Carlo Bazzocchi, Daniele Bigi, Sergio Capaldo, Mauro Cravero, Silvio Greco, Federico Infascelli, Gwyn Jones, Paola Migliorini, Luca Nicolandi, Cristiana Peano, Giovanni Perri, Andrea Pieroni, Francesco Sottile

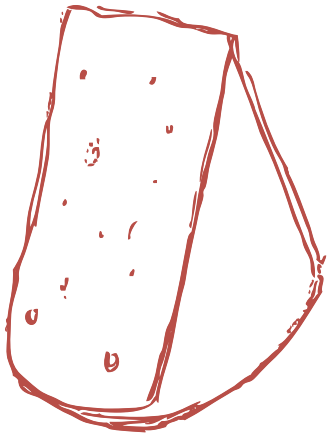
Traduction : Michèle Mesmain

Mise en page et graphisme : Alessia Paschetta

Photographies : © Xavier Bartaburu, Livio Bersano, Marco Bruzzo, Hilde Buer, Kunal Chandra, Giuseppe Cucco, Giuseppe Fassino, Michèle Mesmain, Oliver Migliore, Paolo Andrea Montanaro, Alberto Peroli, Henriette Smith, Francesco Sottile, Paola Viesi, Archives Slow Food

Sommaire

Qu'est-ce que l'Arche du Goût?	p. 4
Quel est son objectif ?	p. 5
Comment identifier un produit de l'Arche ?	p. 6
Quels sont les critères de sélection des produits ?	p. 9
Règles générales	p. 19
Comment signaler un produit	p. 21
Comment communiquer sur l'Arche du Goût ?	p. 24
Quelle est la différence entre l'Arche du Goût et les Sentinelles?	p. 26



Qu'est-ce que l'Arche du Goût?

L'Arche du Goût est un catalogue en ligne de produits alimentaires menacés d'extinction, qui font partie des cultures et des traditions du monde entier.

L'on trouve à bord de l'Arche des plantes et des espèces animales, mais aussi des aliments transformés. Tout comme la biodiversité des plantes et des animaux, l'on constate la disparition de fromages, charcuteries, pains et pâtisseries, qui sont l'expression des savoirs des fermiers et des artisans, qui ne sont pas forcément documentés, mais qui existent en tant que compétences complexes transmises de génération en génération.

En Octobre 2012 à Turin, le Congrès International de Slow Food a réaffirmé la centralité de la biodiversité et a relancé l'Arche du Goût en tant qu'instrument fondamental pour le futur de l'association, qui implique les conviviums, les producteurs et les communautés locales.
Le Comité exécutif international a demandé à la Fondation Slow Food pour la Biodiversité (le bras technique de Slow Food) de développer et coordonner le projet de l'Arche du Goût, en utilisant le **comité technique** et les **commissions régionales et nationales**, et avec la collaboration de l'**Université des Sciences Gastronomiques**.

Quel est son objectif ?

L'Arche a été créée pour **mettre l'accent sur l'existence** de ces produits, et **porter l'attention** du public **sur le risque** de leur extinction, en **invitant tout un chacun à agir pour les protéger** : en allant les chercher, les acheter et les manger, en racontant leur histoire, en soutenant leurs producteurs ; et dans certains cas (pour les espèces sauvages en voie d'extinction par exemple), en promouvant leur conservation et leur reproduction.

L'objectif général n'est pas de créer une banque de semences, une collection de matériel génétique ni un musée exposant les savoirs traditionnels, mais de redécouvrir et de donner une valeur à ces ressources pour protéger l'économie locale.

En 1999, Slow Food a utilisé l'Arche du Goût pour lancer la première Sentinelle Slow Food, et aujourd'hui encore, **désigner un produit pour l'Arche est souvent un premier pas pour créer une Sentinelle.**

Comment identifier un produit de l'Arche ?

Comment commencer

Chacun de nous possède ses propres réseaux et expériences. Nous devons tout d'abord essayer de nous plonger dans nos souvenirs et se rappeler si nous avons croisé, dans notre vie professionnelle ou personnelle, un produit particulier qui ne se trouve plus sur le marché, ou alors, seulement en toutes petites quantités difficiles à obtenir.

Ne pas réinventer la roue

Il est important de comprendre si des recherches ont déjà été effectuées dans la région, ou s'il existe des textes, des catalogues de variétés et de races, ou encore des livres de recettes qui décrivent la matière première. Il est aussi très utile de visiter les jardins botaniques, les banques de semences et de découvrir les variétés que peuvent détenir les écoles agricoles, les universités et les centres de recherche. Ceux-ci peuvent fournir des points de départ intéressants. **Mais cela ne suffit pas.**

Parlez aux chefs, aux journalistes, aux gastronomes, aux experts et aux producteurs

Il ne suffit pas de trouver un produit dans un catalogue, sur Internet, dans un musée, un jardin botanique, etc., pour le signaler à l'Arche du Goût. Les questions auxquelles l'on doit répondre sont : « Ce produit existe-t-il encore ? Est-il actuellement sur le marché ? Et sinon, est-il produit dans les familles ? »

Il n'est pas nécessaire de visiter les producteurs

L'Arche porte sur les produits et non les producteurs. Il n'est pas nécessaire de connaître les producteurs ou d'avoir visité leurs fermes. Il est possible de découvrir des produits de l'Arche en parlant aux anciens, aux cuisiniers, aux journalistes, aux experts (vétérinaires, agronomes, technologistes alimentaires et anthropologistes de la région), aux commerçants, etc. Bien sûr, l'on peut aussi parler directement aux producteurs, et obtenir une information plus détaillée, mais ce n'est pas essentiel.

Visitez les marchés paysans

Il est important de visiter les marchés locaux, en se concentrant sur les produits les moins courants et en posant des questions aux vendeurs. Notez les noms des produits (dans toutes les langues et dialectes), achetez des échantillons, portez-les chez vous, goûtez-les et montrez-les aux chefs, agronomes et anciens de votre région, en leur demandant s'ils les reconnaissent et s'ils notent des changements.

Posez beaucoup de questions et ne vous arrêtez jamais à la première réponse

Le travail d'identification et de description des produits de l'Arche est plaisant et fascinant mais aussi complexe. C'est comparable au travail d'un journaliste d'investigation, une sorte de « détective du goût ».
Décrire un produit requiert de la patience. Nous devons poser beaucoup de questions à de nombreuses personnes, et comparer les réponses. Ne jamais s'arrêter à la première réponse. Ceux qui produisent, cuisinent ou consomment un produit pourraient ne pas penser à certains détails, parce qu'ils les prennent pour argent comptant. Il nous faut donc approfondir. La particularité d'un produit réside souvent dans ces petits détails : l'utilisation d'une épice particulière, un type de fermentation ou une méthode de fumage, par exemple. Parfois, afin de découvrir un produit intéressant, les questions directes (existe-t-il un aliment unique produit dans votre région ? les gens mangent-t-il des produits particuliers pendant les fêtes populaires ?) ne suffisent pas.

Pour ce qui est des **plantes comestibles**, décrivez-en la forme, le poids, la couleur, le goût, etc. Ne vous arrêtez pas aux espèces (il ne suffit pas de dire qu'il s'agit d'une tomate ou d'une cerise) : nous devons noter s'il s'agit d'une variété spécifique, ce qui la distingue des autres, si elle est liée à un territoire et de quelle façon, si elle est diffusée par des semences locales ou commerciales, si elle est utilisée dans une recette spécifique, etc.

Pour ce qui concerne les **races animales**, décrivez les caractéristiques de l'animal – taille, forme des cornes, couleur du pelage, etc. – et le but de son élevage, en notant quels sont les produits finaux (viande, charcuteries, fromages, etc.).

En ce qui concerne les **produits transformés**, décrivez comment ils sont faits, avec le détail de chaque étape, et indiquez si tous les ingrédients sont produits localement. Indiquez si le produit est lié à une variété spécifique (dans le cas d'une pain particulier, par exemple, est-t-il produit avec une variété particulière de blé ou de seigle ?) ou à une

race locale (s'il s'agit d'un fromage ou d'une charcuterie, sont-ils réalisés à partir du lait ou de la viande d'une race locale ?).

S'il s'agit d'un **fromage**, vérifiez s'il est produit à partir de lait cru ou de lait pasteurisé.

La Dégustation

La dégustation est un outil essentiel pour évaluer un produit. Il est très important, cependant, de considérer la nature subjective du goût. Chaque dégustation est conditionnée par les préférences personnelles et les circonstances culturelles du goûteur.

Aussi, seule la dégustation comparative permet de comprendre que certaines variations du produit, comme l'utilisation du fenouil dans une saucisse, correspondent à des variations personnelles du producteur et non pas des caractéristiques traditionnelles d'une saucisse particulière.

Les qualités sensorielles sont définies par :
- l'apparence ;
- la couleur ;
- la consistance (liquide, solide, croustillante, tendre, lisse, etc.) ;
- le goût (sucré, salé, amère, acide) ;
- l 'arôme.

A moins trois éléments sont nécessaires pour établir les qualités sensorielles (aussi appelées les qualités organoleptiques)
- l'équilibre (l'harmonie entre les composantes aromatiques et de goût du produit) ;
- le terroir (la capacité d'un produit d'exprimer les caractéristiques qui ont un lien avec le territoire d'origine) ;
- la complexité (comment les qualités organoleptiques évoluent au cours de la dégustation).

Les caractéristiques organoleptiques d'un produit simple ne changent pas au cours de sa dégustation : celles présentes dès le début sont les mêmes que l'on retrouve au palais et au nez à la fin. Un produit complexe, en revanche changera : les perceptions évolueront et dureront plus longtemps lors de la dégustation.
La dégustation est plus efficace lorsqu'elle est comparative et qu'elle s'effectue non pas sur un seul échantillon mais sur de nombreux produits de producteurs différents.
La dégustation comparative permet de comprendre les caractéristiques de base et les qualités qui donnent à un produit une identité unique.

Quels sont les critères de sélection des produits ?

1. Les produits doivent être intéressants du point de vue qualitatif et peuvent être : des espèces domestiques (variétés de plantes ou races animales) ; des espèces sauvages (seulement si elles sont en rapport avec des usages, des techniques de cueillette ou de transformation traditionnelles ; des produits transformés.

Que sont les espèces domestiques ?

Au cours de l'histoire, les humains ont sélectionné des plantes et des races animales parmi les espèces sauvages. Avec la domestication, la nature est devenue plus familière, quotidienne et contrôlée (*domus* = maison). La domestication ne concerne pas uniquement le fait de cultiver des plantes ou d'élever des races, mais aussi le processus de sélection qui va avec et qui, de ce fait, mène à la transformation progressive des plantes et des animaux jusqu'à les adapter à l'environnement tout en garantissant une meilleure production.

Qu'est-ce qu'une variété cultivée (ou cultivar)

Une variété (ou cultivar) est un ensemble de plantes cultivées, facile à distinguer par ses caractéristiques morphologiques, physiologiques, chimiques et qualitatives. Une variété est stable, et garde ses caractéristiques spécifiques même lorsqu'elle se reproduit (que cela soit avec des parties végétales, par greffe par exemple, ou avec les graines).
Les variétés dites **autochtones ou locales** sont bien identifiées et possèdent en général un nom local. Elles proviennent souvent de la sélection faite par les fermiers ou les communautés et sont caractérisées par leur adaptation aux conditions environnementales d'un territoire. Elles sont par conséquent plus rustiques et résistantes au stress, ont moins besoin d'apports extérieurs tels que de l'eau ou des engrais. Elles ont un fort lien avec la culture locale (recettes, savoirs, dialectes, coutumes, etc.).

QUELQUES EXEMPLES...

La pomme Carla (Italie), les haricots bruns de l'île Öland (Suède), le chou de Lorient (France) et le radis Akkajidaikon (Japon).

Qu'est ce qu'une population de plantes (ou écotype)?

Un écotype est une population, au sein d'une espèce (qui se reproduit généralement par graines), qui est génétiquement adaptée à un territoire spécifique d'une taille, en général, plutôt limitée. Cette définition ressemble à celle d'une variété locale (ou cultivar). La différence réside dans le fait que les écotypes n'ont pas d'identité génétique précise identifiée et stable, et ne sont pas enregistrés dans des classifications ou registres officiels. Ils sont toutefois très importants pour la protection de la biodiversité cultivée. A l'avenir, ils pourraient être étudiés en détail et sélectionnés afin de constituer un nouveau cultivar.

UN EXEMPLE...

Les différentes populations de pommes roses des montagnes Sibillini qui poussent dans les Marche (Italie).

Qu'est-ce qu'une race?

Une race peut être définie comme un groupe d'animaux domestiques d'une même espèce avec des traits extérieurs définis et facile à identifier (qui se transmettent d'une génération à l'autre), qui peuvent les distinguer d'autres de la même espèce sur la base de caractéristiques visibles (taille, couleur de la robe ou du plumage, forme de la tête, de la queue, des cornes, etc.). Pour qu'une race soit officiellement reconnue comme telle, elle doit être inscrite dans un registre. La reconnaissance des races et l'inscription des animaux appartenant à cette race se fait généralement avec la collaboration active des éleveurs. Une race peut être définie comme autochtone lorsque ses caractéristiques peuvent être rattachées au territoire où elle s'est développée en s'adaptant dans le temps. Elles sont plus rustiques, et même dans des environnements extrêmes, elles requièrent de moins de soins et de nourriture.

QUELQUES EXEMPLES...

La vache mirandaise, originellement du Gers (Midi-Pyrénées, en France) ; la poule blanche de Saluzzo (Piémont, Italie) ; la brebis Villsau de la côte Nord-Ouest norvégienne, l'une des plus anciennes races d'Europe.

Bien qu'originaires d'une région précise, les animaux d'une race autochtone peuvent être transportés à un autre endroit dans le monde, à cause de leurs caractéristiques. Une race peut risquer l'extinction dans son territoire d'origine mais être assez répandue dans d'autres parties du monde. C'est le cas de la chèvre Toggenburg, qui vient du Canton de Saint Gallen, en Suisse, mais qui se trouve désormais dans d'autres régions alpines.

Qu'est ce qu'une population animale?

Une population est un groupe d'individus d'une même espèce avec des caractéristiques similaires. Ainsi qu'avec les races, le rôle des fermiers est essentiel. Ils peuvent reconnaître une population en fonction de caractéristiques visibles (plumage, pelage, taille, etc.) et du comportement des animaux (productivité, fertilité, etc.).
Une population est à une race ce qu'un écotype est à une variété, en ceci qu'elle est moins stable et qu'elle n'est pas inscrite dans un registre officiel.

UN EXEMPLE...

Le poulet Mushunu du Kenya et les chèvres Roccaverano and Cilentana en Italie sont de bons exemples de populations animales.

Pourquoi peut-on présenter la candidature d'espèces sauvages ?

L'Arche reconnaît des produits intimement liés aux savoirs et à la culture d'une communauté. Slow Food considère d'ailleurs que la biodiversité va bien au-delà du matériel génétique mais qu'elle est partie intégrante d'une culture (territoire, savoir-faire et techniques traditionnelles). Alors pourquoi cataloguer des produits sauvages, peut-on se demander ? Parce qu'ils sont souvent connectés à des techniques de collecte, de pêche, ou des techniques de productions ou encore des cultures indigènes. Les sauvegarder signifie protéger le savoir qui est transmis au sein des communautés pour préserver les écosystèmes dans lesquels ces produits poussent (forêts, montagnes, lacs). Dans le royaume animal, les poissons sont le groupe ayant le plus de diversité d'espèces sauvages abondantes. Il est donc aussi possible de nommer des variétés de poissons connectées à des techniques de pêche traditionnelles ou des méthodes de conservation (telles que la salaison, le séchage ou le fumage).

QUELQUES EXEMPLES...

Quelques produits sauvages sont liés à des techniques complexes, comme le riz Manoomin (USA), qui est récolté en canoë, puis séché et fumé. Ou bien encore le café de Harenna (Ethiopie), qui est séché au soleil, puis torréfié. D'autres sont liés à des techniques plus simples, comme le *radìc di mont* (petite salade amère du Nord de l'Italie), collecté dans les montagnes et préservé dans l'huile d'olive extra vierge. Les produits sauvages ont souvent un usage médicinal ou cosmétique, et pas seulement culinaire.

Que sont les produits transformés?

Les produits transformés comprennent les fromages, les charcuteries, le pain et la pâtisserie, les boissons, les conserves, etc., qui ont **évolué pour conserver la nourriture** (lait, viande, poisson, céréales, fruits). Ces nombreux produits sont le fruit d'un savoir transmis de génération en génération, le résultat d'un mélange de créativité et d'habileté. La plus petite variation peut donner lieu à des aliments différents – il suffit de penser aux milliers de types de fromages qui proviennent des trois mêmes ingrédients (lait, présure et sel), ou les charcuteries, où la différence peut provenir d'une coupe de viande, une épice, ou du type de bois utilisé pour la fumaison. Les pratiques de transformation artisanale permettent la création de produits particuliers capables, plus encore que la matière première dont ils sont issus, de raconter une culture locale, tout en protégeant les producteurs des fluctuations des saisons et des marchés. Il est souvent possible de sauvegarder des variétés et races locales en promouvant le produit transformé associé (un pain peut sauver un type de céréale, par exemple).
Pour Slow Food, les produits transformés font partie de la biodiversité, tout autant que les races ou les semences d'espèces domestiques ou sauvages.

2. Les produits doivent posséder une qualité sensorielle particulière, définie par les traditions locales et les usages.

Les analyses chimiques ou physiques ne suffisent pas pour juger de la qualité d'un produit. La dégustation non plus.
L'**origine** du produit doit être comprise (de quel milieu provient-il : montagne ou plaine ? Zone urbaine ou isolée ? Climat humide ou aride ? Territoire étendu ou restreint ?). Les **communautés** doivent être consultées (le produit est-il connu par tous ou par un nombre réduit de personnes ? Est-il considéré comme un produit de grande valeur, destiné aux cérémonies et aux festivals, ou un aliment du pauvre ?). Les **techniques de production** doivent être comprises également (Est-ce un fromage au lait cru ou pasteurisé ? le caillé est-il cuit, cru ou étiré ? Le fromage est-il frais ou affiné ?), de même que les méthodes de **conservation** (est-il fumé, enveloppé dans le foin, etc. ?)
Bien sûr, il faut aussi déguster pour évaluer les aspects organoleptiques. Un produit est intéressant s'il est complexe, ce qui veut dire qu'il évolue en bouche, offrant des sensations qui changent et qui durent. La **dégustation** permet aussi de noter les défauts potentiels (notes de rancidité, d'acidité excessive, etc.), les caractéristiques organoleptiques principales (arôme, goût, consistance), de comprendre s'il y a un équilibre et une harmonie entre les goûts et les odeurs, et si le produit exprime bien un territoire et une typologie.
Parfois, un élément qui peut sembler un défaut est en fait typique de cette région, en rapport avec le goût local ou la typologie du produit. Par exemple, l'amertume est un défaut dans un fromage de chèvre, mais est une caractéristique typique de certains fromages de vaches alpines.
Enfin, il est fondamental de considérer le goût de la communauté dont le produit émane. Un produit européen serait difficile à comprendre et apprécier pour un africain, tout comme un produit asiatique est difficile à déchiffrer et apprécier pour un européen.

3. Les produits doivent être connectés à un territoire et à la mémoire, identité et savoirs d'une communauté.

Le territoire est un élément fondamental pour la biodiversité. Il n'est pas suffisant pour un produit d'être local. L'adjectif « local » nous dit très peu de l'histoire et des traditions d'un territoire. Il est possible de produire localement des variétés récemment introduites, des hybrides, ou des produits sans aucun lien avec la culture locale. Les produits qui nous intéressent sont au contraire fortement liés à leurs territoires, et pas seulement en termes de climat et d'environnement, mais aussi dans le **contexte culturel et historique**.
Le territoire, c'est la terre, l'air, l'eau et le climat, mais aussi les langues, la religion, les métiers, l'architecture et le paysage. Loin de son territoire d'origine, une semence, un légume, un fruit, un arbre ou une race animale ne sont que matériel génétique.
Les variétés de plantes comestibles et les races animales donnent leurs meilleurs résultats dans les territoires sur lesquels ils se sont acclimatés pendant des siècles grâce aux activités humaines. Pour cette raison, ils sont plus résistants et requièrent de moins d'intrants (engrais et herbicides dans le cas des plantes, soins vétérinaires, eau et

nourriture dans le cas des animaux). Ils sont de ce fait plus durables, tant du point de vue environnemental qu'économique. Lorsque vous entendez qu'un produit est le même partout, qu'il n'y pas de différences entre une région et une autre, entre montagne et plaine, etc. (ce qui arrive très fréquemment), n'abandonnez pas, continuez à poser des questions. Vous trouverez les différences : grâce à un terrain particulier, l'utilisation d'une herbe ou d'une épice que l'on ne trouve que dans une vallée particulière, etc. La difficulté est de chercher à relier un produit à un territoire vaste ayant une identité particulière : une île, une montagne, le parcours d'une rivière, ou un ensemble de collines. Si vous ne pouvez pas voir de différences, même dans les plus petits détails, cela veut dire que ce n'est pas un produit intéressant pour l'Arche.

Combien de temps faut-il pour qu'un produit devienne traditionnel ?

Certaines organisations ont spécifié un nombre d'années minimum après lesquelles un produit peut être défini comme étant traditionnel : 50, 30 ou même 25 années. Slow Food considère que le nombre d'années n'est pas un critère suffisant pour garantir qu'un produit soit traditionnel. Les pommes Golden Delicious, par exemple, sont cultivées tout autour du monde, (du Chili jusqu'en Europe et en Australie) et représentent 80% de la production mondiale de pommes. Mais ce n'est pas une pomme traditionnelle car elle n'a pas de lien avec les communautés locales et que le lieu de production est bien moins important que la composante génétique (la variété, qui est la même partout et particulièrement stable, exprime les même caractéristiques quel que soit le territoire). Cette variété a plus de cent ans et a été identifiée au début du XXème siècle. La même chose s'applique à de nombreuses variétés commerciales de pêches, raisins, prunes, etc. qui existent depuis au moins cinquante ou soixante ans. Slow Food répond à cette question en considérant la **mémoire collective** de la communauté.

Pour décider si un produit est traditionnel, il faut répondre à la question suivante : « le produit appartient-il à la culture locale ? Le savoir nécessaire pour le cultiver, le transformer et le consommer est-il transmis de génération en génération ? ». Vous pouvez trouver ces réponses en interrogeant les plus anciens producteurs et en leur demandant si ce produit était déjà cultivé par leurs parents et leurs grands-parents. Une réponse ne suffit pas. Il faut vérifier qu'il s'agit de souvenirs partagés.
Quelques indicateurs peuvent être utiles : le produit a-t-il laissé des traces dans le travail des artisans locaux ? Existe-t-il des outils artisanaux (bois, cuivre, pierre, etc.) utilisés pour la conservation d'un fromage particulier, ou pour récolter et sécher un fruit particulier ? Existe-t-il des mortiers ou des paniers adaptés à certaines céréales ? Le produit est-il présent dans le langage, le dialecte ou dans des chansons populaires ? Est-il présent sur le marché local depuis un certain temps ? A-t-il influencé l'architecture locale (moulins ou bergeries par exemple) ? ». En plus de demander aux anciens de la communauté, enquêtez auprès des femmes, des chefs, des journalistes gastronomiques, des experts (agronomes, vétérinaires, technologistes alimentaires, etc.). Il est également important de rechercher la littérature disponible sur le sujet : existe-t-il des livres de recette ? Des livres sur les festivals et les traditions locales ? Des catalogues de produits ? Il faut croiser toutes les sources disponibles pour vérifier l'information.

Peut-on proposer le même produit dans plusieurs pays ?

Oui, après avoir identifié les différences, si petites soit-elles.
Les produits artisans ne sont jamais les mêmes car ils sont influencés par de nombreux facteurs : altitude, composition des sols, climat, savoirs locaux, créativité personnelle, etc. Lorsqu'un produit se trouve dans de nombreux pays avec le même nom, il faut enquêter davantage. La ricotta, par exemple, est produite dans toute la Sicile, mais si l'on creuse davantage, on constate qu'elle peut être faite à partir de lait de vache, brebis ou chèvre, qu'elle peut-être fraîche ou affinée, cuite ou fumée, coagulée avec des branches de figuiers, etc. Le couscous est produit dans toute la Méditerranée, mais en y regardant de plus près, on découvre un univers de variations concernant les céréales utilisées (blé, millet, riz, maïs) ou autres produits de base (il existe même un couscous fait à partir de graines de nénuphars). Et rien que le couscous de blé, par exemple, peut-être fait avec des variétés locales différentes, une semoule de taille différente, ou peut-être aromatisé avec des herbes séchées, des racines ou des feuilles d'arbre, etc.).
Quand il n'y a pas de distinctions apparentes, c'est parce que les différences n'ont pas suffisamment été étudiées et décrites, et non pas parce qu'elles n'existent pas. En Italie, dans les années soixante, le vin était soit rouge soit blanc. Aujourd'hui, il existe un univers de vins différents, qui changent en fonction des variétés de raisin, du territoire, des techniques de production, et de la capacité individuelle des producteurs. Promouvoir la diversité est fondamental pour sauver les petits producteurs. L'uniformité, « l'aplatissement » et la superficialité (ceux qui disent que le produit est le même partout) favorisent les producteurs industriels qui privilégient la quantité à la qualité. Le fait qu'un aliment soit produit dans de très larges zones dans le monde, souvent avec le même nom, ne veut pas dire qu'il ne court pas de risque d'extinction dans les territoires où il est traditionnellement produit.

QUELQUES EXEMPLES...

Quelques produits sauvages sont liés à des techniques complexes, comme le riz Manoomin (USA), qui est récolté en canoë, puis séché et fumé. Ou bien encore le café de Harenna (Ethiopie), qui est séché au soleil, puis torréfié. D'autres sont liés à des techniques plus simples, comme le radìc di mont (petite salade amère du Nord de l'Italie), collecté dans les montagnes et préservé dans l'huile d'olive extra vierge. Les produits sauvages ont souvent un usage médicinal ou cosmétique, et pas seulement culinaire.

4. Les produits doivent être produits en quantités limitées.

Les notions de « quantités limitées » ou « petite-échelle » font l'objet d'un débat très animé et il existe peu de définitions sur lesquelles un consensus a été trouvé. Il s'agit un fait d'un concept relatif qui dépend du contexte (le cas d'une île méditerranéenne est très différent de celui de l'Amazonie) et du type de production (cultiver des oignons est très différent de la production du safran ou d'un fromage alpin affiné) et il est très difficile de donner un chiffre ou une formule précise.

Dans le cas de l'Arche du Goût (et d'autres projets tels que les Sentinelles ou les marchés de la terre) nous cherchons à sélectionner des produits qui ne pourraient pas être produits en masse ou industriellement. En pratique, « nous ne sommes pas capables de calculer ce qui est juste, mais nous savons très bien reconnaître ce qui ne l'est pas » (Schumacher, 1973).

Les produits de l'Arche du Goût sont liés à un territoire spécifique et aux savoirs d'une communauté, et ce sont précisément ces deux éléments qui définissent leurs limites. Il n'est pas possible d'augmenter les quantités produites au-delà d'un certain point sans changer fondamentalement la nature de la production. Si les volumes de production augmentent trop ou trop vite (le temps est aussi une variable importante), cela mène à l'augmentation des surfaces cultivées (qui de ce fait se rapprochent du modèle de monoculture), à multiplier le nombre d'animaux élevés, à intensifier les méthodes de production ou porte à importer les matières premières (parfois de très loin) et mécaniser de nombreuses, si ce n'est toutes, les étapes de la chaîne de production, en éliminant les métiers et les techniques artisanales, au détriment de la qualité.

L'Arche du Goût est un catalogue de produits, pas de producteurs. Il n'est donc pas nécessaire d'avoir un chiffre exact concernant les quantités produites (information essentielle s'il s'agit de lancer un projet de Sentinelle), mais il est important d'identifier au moins un ordre de grandeur, et d'établir s'il s'agit d'un produit artisanal ou industriel.

Pour mieux comprendre ce concept, vous pouvez lire *Small is Beautiful*, publié en 1973 par l'économiste philosophe Ernst Friedrich Schumacher.

5. Les produits doivent être à risque d'extinction.

Le risque de disparition d'un produit traditionnel est **réel**, c'est à dire imminent, lorsque les savoirs et les techniques nécessaires à sa production sont détenus par un seul ou un nombre très réduit de producteurs, souvent âgés. Il ne suffit pas d'avoir une recette écrite ou une simple explication orale pour produire un fromage, une charcuterie ou un dessert traditionnel. Les méthodes de transformation artisanales, sur lesquels se basent les métiers artisans, sont transmises par la pratique, sur plusieurs années. Il faut apprendre ces compétences et acquérir une indéfinissable mais nécessaire sensibilité pour maintenir la qualité d'un produit constante même quand les conditions de production changent (température, humidité du lieu de travail ou d'affinage, saison, l'état de santé de l'animal, etc.). Seule la production à la chaîne des produits industriels ne donne pas lieu à l'interprétation individuelle mais demande, au contraire, des processus simplifiés et codifiés adaptés aux technologies utilisées à presque toutes les étapes de la production.

Le risque d'extinction est également réel lorsqu'un aliment n'est produit que pour la consommation familiale. Ou lorsque l'introduction de règles ultra-hygiénistes rend illégaux, du jour au lendemain, des lieux d'affinage ou de production, ou des ustensiles importants pour caractériser un produit. Le risque est réel aussi lorsque le nombre d'unités produites est faible (quelques centaines ou milliers). Il est difficile d'inverser un processus d'érosion génétique quand les numéros sont aussi bas. Cela demande un engagement des institutions, des experts, et des fonds pour financer des projets de reproduction.

Le risque est en revanche **potentiel**, c'est à dire à moyen ou long terme, lorsque la situation sociale (des producteurs ou des consommateurs) et environnementale (des écosystèmes) est telle que l'on peut prévoir une réduction du nombre de producteurs à terme. Les signes sont nombreux et divers : changement des tendances de consommation ; un marché qui n'apprécie plus le produit et paie très peu, réduisant les marges de production ; dépopulation d'un territoire et migration des personnes capables de produire l'aliment en question ; perte de transmission générationnelle ; altération ou disparition

des écosystèmes ruraux et des paysages ; perte du soutien des politiques agricoles nationales ou internationales ; manque d'attention de la part des institutions. La menace constante des produits industriels similaires aux produits traditionnels, qui confondent le consommateur et l'orientent vers des versions homogénéisées et standardisées, peut rapidement mener à l'expulsion des produits traditionnels du marché, car ils sont plus vulnérables, et peuvent moins avoir recours au marketing et à la publicité.

Un aliment produit uniquement pour une consommation familiale peut-il être candidat ?

Oui. Un produit qui ne survit que dans les traditions des familles et n'est pas présent sur les marchés, même s'il est produit abondamment, repose sur un système extrêmement fragile qui risque de disparaître en l'espace d'une génération.
Dans les Balkans et dans de nombreux pays de l'ex-Union Soviétique, par exemple, il n'existait pas de petites compagnies privées, mais seulement de larges coopératives publiques. Dans ces pays, les produits artisanaux n'ont survécu que dans les enceintes familiales, et maintenant, petit à petit, certains d'entre eux refont une timide apparition sur les marchés.
Deux types de situations se présentent actuellement : soit le produit est fait exclusivement par les familles et n'est pas vendu, soit il est aussi présent sur les marchés, mais dans une version non-authentique, avec une recette standardisée ou avec des matières premières différentes. Dans les deux cas, il est important de nominer le produit transmis par les familles avant qu'il ne soit trop tard. Il n'est pas nécessaire de savoir si la production en question possède les autorisations sanitaires ou de production. Le produit peut monter à bord de l'Arche du Goût quoi qu'il en soit.

L'interprétation et l'application de ces critères doivent prendre en compte les différentes situations locales – les caractéristiques géographiques, culturelles, sociétales, économiques et politiques – des communautés en question.

Règles générales

La candidature d'un produit doit suivre quelques règles générales :

Le nom du produit tel qu'indiqué dans l'Arche du Goût doit pouvoir être utilisé par n'importe quel producteur et non pas détenu de façon privée par un producteur particulier, ni même par une collectivité : le nom ne peut pas être une marque.
Les produits qui montent à bord e l'Arche du Goût appartiennent à la communauté et au territoire dont ils sont issus et où ils se sont développés, aux générations qui les ont transmis et les ont protégés. Ce ne sont pas la propriété privée d'une compagnie. Toute nouvelle entreprise ou jeunes producteurs vivant dans la zone doivent pouvoir cultiver, élever, ou transformer un produit de l'Arche. C'est pour cela que l'Arche ne contient pas de noms de marques de produits enregistrés ou brevetés par le secteur privé.
Par exemple : Nutella® n'est pas dans l'Arche mais la traditionnelle pâte à tartiner *gianduja* au chocolat et aux noisettes peut l'être ; les pommes Marlene® ne peuvent pas monter à bord mais les centaines de variétés de pommes qui continuent de survivre autour du monde peuvent le faire ; le fromage Huguenot® (un fromage au lait de vache inventé par un producteur Sud-Africain et sur lequel il peut y avoir un copyright) ne peut pas y être, tandis que le *caciocavallo* italien, l'*oscypek* de la Pologne ou le pélardon affiné de la France, ou autres fromages typiques d'un territoire peuvent monter à bord.

Le nom du produit tel qu'indiqué dans l'Arche du Goût doit pouvoir être utilisé par n'importe quel producteur et non pas détenu de façon privée par un producteur particulier, ni même par une collectivité : le nom ne peut pas être une marque.
L'Arche sélectionne des produits et non pas des producteurs individuels. L'Arche ne requiert pas les connaissances des producteurs, ni leur implication ou contrôle de la chaîne de production.
Un profil de produit de l'Arche décrit son apparence, sa couleur, son goût, mais ne rentre pas dans le détail de toute la production. Pour donner un simple exemple : une variété de pommes choisie pour l'Arche pourrait par la suite tout aussi bien être cultivée de façon biologique ou conventionnelle. L'Arche se limite à dresser un portrait et à souligner le fait qu'un produit est en train de disparaître. C'est un signal d'alarme, un appel à agir partout dans le monde où cela est possible. De ce fait, l'étiquette ou les emballages des produits de l'Arche ne peuvent pas porter nos logos (ni celui de Slow Food, l'escargot,

ni ceux des autres organisations et projets qui en émanent, comme les Sentinelles, la Fondation Slow Food pour la Biodiversité, ou le logo de l'Arche du Goût). Il est possible de communiquer le projet de l'Arche du Goût avec d'autres instruments : brochures, livrets, articles, sites internet.

Le logo peut être utilisé par les structures nationales, régionales et locales de l'association Slow Food qui en feront la demande auprès de la Fondation Slow Food pour la Biodiversité. Il peut être utilisé pour identifier le projet dans le cadre d'événements et de manifestations, sur les publications, lors des activités de formation et de promotion.

Dans beaucoup de pays, Slow Food a établi des rapports étroits avec les chefs qui, en plus de participer et de collaborer avec les activités de Slow Food, utilisent des produits de l'Arche du Goût, des Sentinelles ou des produits élaborés par des producteurs locaux dans leur cuisine.

Slow Food encourage les chefs à noter sur leurs menus les noms des producteurs pour plus de transparence et pour promouvoir un projet spécifique – **l'Alliance Slow Food des Chefs** –, afin de créer un réseau de restaurants travaillant à sauvegarder la biodiversité (voir www.slowfoodfoundation.com/alliance).

L'Alliance est un projet créé pour promouvoir les Sentinelles, mais il s'étend graduellement aux produits de l'Arche et aux producteurs locaux (bons, propres et justes) en général.
Ainsi les chefs qui souhaitent s'impliquer dans ce réseau et utiliser des produits des projets spécifiques de Slow Food, comme l'Arche du Goût ou les Sentinelles, sont encouragés à le signaler en utilisant les logos en question à coté des noms des produits (ou en publiant la liste des produits sur une page adjointe).

Dans les deux cas, nous vous conseillons d'ajouter également une phrase expliquant les projets eux-mêmes.

En ce qui concerne les autres produits, ils peuvent être indiqués avec un astérisque et avec une référence spécifique aux producteurs responsables.
Dans tous cas, le matériel du restaurant pour le public doit inclure une explication de l'Alliance.

Pour plus d'informations il est possible de consulter le règlement du projet sur le site www.slowfoodfoundation.com/alliance ou écrire à: ark@slowfood.com

Comment signaler un produit

Quiconque peut proposer la candidature d'un produit, sans être un expert ni avoir des compétences particulières, ni être un membre de Slow Food. Il est possible de proposer un produit de sa propre région, mais aussi d'autres communautés ou d'un autre pays. Il vous suffit de remplir le formulaire disponible sur le site internet de la Fondation Slow Food pour la Biodiversité.

Le formulaire de candidature peut être envoyé à la commission régionale/nationale – dans les pays où elle existe – ou directement à la Fondation Slow Food pour la Biodiversité. Le site web de la Fondation liste les pays dans lesquels une commission existe et donne les contacts pertinents pour vous mettre en contact avec les groupes de travail locaux.

Ces deux organismes – les commissions locales et la Fondation Slow Food pour la Biodiversité – vérifieront que la candidature correspond aux critères établis pour le projet. Si l'évaluation est positive, la candidature est envoyée au Comité Technique International de l'Arche du Goût ; si plus d'informations sont requises, la commission locale s'adressera à celui ayant signalé le produit.

Le Comité Technique International de l'Arche du Goût est composé d'individus des différents pays dont les compétences techniques leur permettent de donner l'évaluation finale du produit candidat en vue d'une approbation pour monter à bord de l'Arche du Goût. Cet organisme peut aussi demander des compléments d'informations à la commission locale.

En l'absence de commission locale, c'est la Fondation Slow Food pour la Biodiversité qui soumettra le formulaire au Comité Technique International de l'Arche du Goût en vue de son évaluation.

Après approbation, le passage successif consiste à inclure une description brève du produit dans le **catalogue en ligne**.

Formulaire de candidature

Nom du produit
Indiquez le nom du produit tel qu'il est connu dans le territoire d'origine*

Si le nom vous a été donné en dialecte ou langage locale, veuillez fournir également la traduction dans la langue nationale.

Catégorie*

- ☐ Cacao
- ☐ Café
- ☐ Céréales and farines
- ☐ Charcuterie et produits dérivés de la viande
- ☐ Conserves de fruits et légumes (confitures, sauces, jus...)
- ☐ Conserves de poisson (Poutargue, sous huile, salé, etc.)
- ☐ Fromages et produits laitiers
- ☐ Fruits frais et séchés
- ☐ Gâteaux et biscuits
- ☐ Herbes et épices
- ☐ Huiles
- ☐ Insectes
- ☐ Légumes
- ☐ Légumineuses
- ☐ Miels et autres produits des abeilles
- ☐ Moût et breuvages fermentés (cidre, hydromel...)
- ☐ Pain et produits salé cuits au four
- ☐ Pâtes
- ☐ Poisson
- ☐ Races
- ☐ Sel
- ☐ Spiritueux
- ☐ Thé
- ☐ Variétés de raisin
- ☐ Vinaigre
- ☐ Vins
- ☐ Autres

Pays*

Description de produit*
Dans le cas d'une **plante**, décrivez sa forme, poids, couleur, goût, etc. et quand et comment elle est récoltée. Indiquez s'il s'agit d'une variété spécifique (et pas seulement une espèce, telle que la tomate), s'il existe un lien au territoire, si les semences sont des semences locales, etc.

Dans le cas d'une **race** animale, décrivez les caractéristiques de l'animal, taille, forme des cornes, couleur du pelage, etc. et dans quel but il est élevé, en indiquant les aliments produits (viande, charcuteries, fromage, etc.).

S'il s'agit d'un **produit transformé**, décrivez le processus de transformation, en incluant toutes les étapes et en indiquant si les ingrédients sont produits localement. Indiquez si le produit est lié à une variété de plante spécifique (une variété de céréale pour un pain, par exemple) ou une race locale (le fromage ou la viande vient-elle d'une race locale ?).

S'il s'agit d'un **fromage**, veuillez indiquer s'il est fait à partir de lait cru.

Indiquez et décrivez d'éventuelles **recettes traditionnelles** qui utilisent le produit.

Histoire du produit
Indiquez la zone géographique dans laquelle l'aliment est toujours produit (le nom de villes, ou de vallées par exemple)

Territoire historique de production*
Indiquez la zone géographique dans laquelle l'aliment est toujours produit (le nom de villes, ou de vallées par exemple)

Selon vos estimations, quelle quantité approximative est encore produite ?

Le produit est-il à la vente sur le marché ?

Ou bien est-il produit uniquement pour une consommation domestique ?

Pour quelle raison ce produit (ou cette race) risque-t-il de disparaître ?

Nom de la personne qui soumet la candidature*

Tel.*: _____ E-mail _____

Veuillez nous dire pourquoi vous proposez ce produit

*Les questions avec astérisque sont très importantes pour l'évaluation du produit ; sans ces réponses (obligatoires), la candidature ne sera pas prise en compte.

Veuillez adjoindre tout document additionnel sur le produit proposé : liste et contacts des producteurs et des chefs qui utilisent ce produit, textes, articles, images, site internet, vidéos, etc.

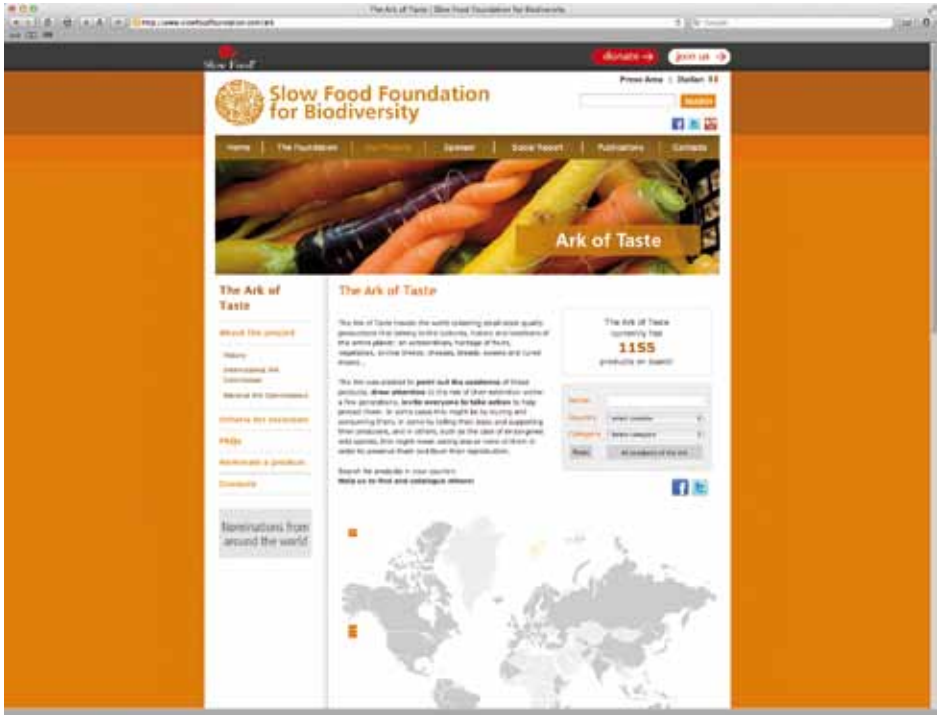
Ceci est le formulaire initial utilisé pour ajouter un produit à l'Arche du Goût. Votre candidature sera prise en compte et évaluée en vue de sa publication. Pour aller plus loin avec le projet (Sentinelles Slow Food), des informations complémentaires, obtenues par des entretiens avec les producteurs et avec d'autres formulaires spécifiques, seront nécessaires.

Comment communiquer sur l'Arche du Goût ?

Pour accompagner le développement du projet, de nombreux outils de communication sont disponibles en plusieurs langues.

www.slowfoodfoundation.org/ark

Le site internet de la Fondation Slow Food pour la biodiversité comprend une description complète et mise à jour du projet, un catalogue en ligne de produits approuvés qui peuvent être recherchés par pays, par catégorie de produits ou par leur nom, ainsi qu'un formulaire de candidature simple et facile à remplir. Les candidatures reçues, en



n'importe quelle langue, sont publiées dans la section « candidatures autour du monde », avec les noms et commentaires de ceux qui contribuent au projet. Dans cette section, les visiteurs peuvent rechercher les candidatures récentes. Une page de réponse aux questions fréquemment posées est disponible pour orienter les activités des usagers et contribuer à la croissance du projet.
Des informations sur les projets sont régulièrement publiées sur le site Internet de la Fondation (nouveaux pays, témoignages qui signalent les produits, interviews avec des cuisiniers, etc.). Il est donc important de recevoir des rapports du terrain au sujet des événements (l'exposition de produits sur une foire, des conférences organisées autour du projet, etc.), des initiatives intéressantes et des témoignages, car ils enrichissent la section des actualités et peuvent aussi inspirer d'autres associations à organiser des événements similaires.

facebook.com/arkoftaste

Une page Facebook dédiée à l'Arche est désormais active, actualisée avec des informations, des photos, des témoignages et des vidéos. Ce profil dépend des contributions du réseau et il est donc très important de publier et partager les publications aussi souvent que possible au sein de l'association, avec des amis et autres contacts.

twitter.com/arkoftaste

Un profil spécifique a aussi été créé, où nous publions des mises à jour régulières, pour être diffusées au sein du réseau. Il est important de se connecter avec d'autres et de gagner des suiveurs, afin de créer de l'intérêt qui peut permettre d'étendre le réseau autour du projet.

La newsletter internationale Slow Food et Terra Madre

La newsletter internationale, envoyée régulièrement en huit langues à 90,000 destinataires dans le monde entier, présente des approfondissements sur le projet, ainsi que différents matériels (mise à jour sur les nouveaux pays, produits, galeries photographiques, quizz, etc.).

Galeries photographiques et témoignages vidéo

Les photos envoyées par ceux qui proposent les produits et celles des archives Slow Food sont publiées sur Facebook et dans la section Multimédia de www.slowfood.com. Les vidéos sont également importantes : ceux qui sont capables de réaliser ce type de matériel sont invités à interviewer les gardiens de la biodiversité. Les vidéos peuvent être envoyées avec le reste du matériel nécessaire à la candidature du produit, pour ensuite être accessible en ligne à partir de la fiche électronique du produit, ou alors pour être archivées dans les greniers de la mémoire, une collection de vidéos qui contiennent des témoignages des gardiens des traditions, des cultures et de la biodiversité locales, recueillis aux quatre coins du monde par l'Université des Sciences Gastronomiques.

Quelle est la différence entre l'Arche du Goût et les Sentinelles?

L'Arche du Goût est un **catalogue**, alors que la caractéristique fondamentale des Sentinelles est la relation avec les **producteurs** et la création d'initiatives qui permettent de le soutenir. Démarrer une Sentinelle signifie aller visiter les producteurs, comprendre comment ils travaillent et quelles ont leurs difficultés, et comprendre leur contexte socio-culturel et leur marché, afin de mettre en place une action promotionnelle efficace.

La Sentinelle Slow Food intervient directement pour sauvegarder un produit traditionnel à risque d'extinction (un produit de l'Arche par exemple) et représente, de ce fait, la phase successive à celle de l'enregistrement sur l'Arche. Naturellement, il n'est pas possible d'avoir autant de Sentinelles que de produits de l'Arche. Nous espérons que d'autres organisations se mobiliseront pour sauver ces produits.

Slow Food®

Ce projet est financé par l'Union Européenne.

Les contenus de cette publication sont la seule responsabilité de l'auteur. L'Union Européenne n'est pas responsable de l'usage qui peut être fait des informations qu'elle contient.

www.slowfoodfoundation.com
www.slowfood.com