

# γαιότοπος

ένας γεωγραφικός χώρος οριοθετημένος και ορισμένος μέσω μιας κοινότητας που κατασκεύασε ιστορικά ένα σύνολο διακριτών πολιτιστικών γνωρισμάτων, γνώσεων και πρακτικών βασιζόμενων σε ένα σύστημα αλληλεπιδράσεων μεταξύ του φυσικού περιβάλλοντος και των ανθρώπινων παραγόντων

\* Προτεινόμενος ορισμός από την ομάδα εργασίας INRA/INAO. Επικαιροποιήθηκε κατά τις Διεθνείς συναντήσεις της UNESCO, Βλέπε : Planète Terroirs, UNESCO – 10 novembre 2005

- Casabianca F, B. Sylvander, Y. Noël, C. Beranger, J.B. Coulon et G. Giraud, (2006), Terroir et typicité : propositions de définitions pour deux notions essentielles à l'appréhension des indications et du développement durable. In : terroirs viticoles, VIe Congrès international des Terroirs Viticoles; 2. Pp. 548-550.
- Casabianca F., B. Sylvander, Y. Noël, C. Béranger., J.B. Coulon, F. Roncin, G. Flutet et G. Giraud, (2011) *Terroir et typicité : Un enjeu de terminologie pour les indications géographiques. La mode du terroir et les produits alimentaires*. Cl. Defosse (Dir.) Les Indes Savantes. Pp. 101 – 117.

# γαιότοπος

ένας συγκεκριμένος χώρος

**υλικός** – συνύπαρξη μέσω πολλαπλών γεωγραφικών παραγόντων:

εδαφολογία, γεωλογία, γεωμορφολογία, υδρολογία, μικροκλίμα, έκθεση, κλπ,

**άυλος** - πολιτισμική διάσταση που αντανακλά άμεσα την κοινωνία που τον αξιοποιεί και την ιστορία της στη συγκεκριμένη γεωργική δραστηριότητα

# γαιότοπος

Ο γαιότοπος προκύπτοντας εν μέρει από ανθρώπινες ενέργειες, μπορεί να είναι απαραίτητο να διαχειριστεί με μεγάλη προσοχή διατηρώντας τα μη φυσικά χαρακτηριστικά που δημιουργούν την ιδιοτυπία του<sup>1</sup>.

1. FAO (2003) The « gestion de terroirs » approach. In People centred approaches ; a brief literature review and comparison of types. [En ligne]

URL: <http://www.fao.org/docrep/006/ad682e/ad682e00.htm#Contents> [archive], consulté le 29 mars 2014.

## Πολυσημία της έννοιας : ΓΑΙΟΤΟΠΟΣ – terroir

### I Γεωμορφολογία

Θεωρείται ως η μονάδα ανάλυσης της ποικιλότητας των γεωργικών τοπίων

- « Γεωγραφικός χώρος με φυσικά χαρακτηριστικά ειδικά όσον αφορά τις κλίσεις, τις εκθέσεις, τη φύση των εδαφών » **Brunet**
- « Τμήμα οριοθετημένου χώρου ο οποίος έχει ενιαία φυσιογνωμία η οποία οφείλεται σε κοινωνικούς και αγρονομικούς περιορισμούς»

### II Τοπικό γεωργικό σύστημα

Εδαφικό πλαίσιο μιας ιδιαίτερης κοινωνικο-οικονομικής ανάπτυξης

- « Τμήμα κτηματική περιοχή η οποία διαχειρίζεται και αξιοποιείται από μια κοινωνική ομάδα η οποία ζει και αντλεί τα εισοδήματά της από αυτή » (Pélissier, Sautter)
- « Χώρος ο οποίος έχει υποστεί ορισμένες τεχνικές πρακτικές είτε διαχείρισης είτε πολιτιστικές » (χώρος με υποδομές άρδευσης, αναβαθμίδες)
  - πλαίσιο** από το οποίο προκύπτει ένας συνδυασμός προϊόντων και συστημάτων
  - πχ. αμπελοτόπι, περιοχή παραγωγής μήλων Ζαγοράς

## Πολυσημία της έννοιας : ΓΑΙΟΤΟΠΟΣ – terroir

### III Χώρος προέλευσης ενός αγροτικού προϊόντος

*συσχετίσεις μεταξύ ορισμένων χαρακτηριστικών του χώρου, των τεχνικών παραγωγής και μεταποίησης και του ίδιου του προϊόντος  
βάση για εφαρμογή μοντέλου προστασίας : ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΙΠ κ.ά.*

Η ακρίβεια του ορισμού ενός **γαιότοπου** εξαρτάται από την οξύτητα με την οποία οι άνθρωποι **αντιλαμβάνονται** και **ελέγχουν** τους παράγοντες που επηρεάζουν την εκμετάλλευση του πόρου.

Σε ακραίες περιπτώσεις στα αμπελοτόπια η έννοια μερικές φορές εφαρμόζεται στην κλίμακα του αγροτεμαχίου όπου η ποιότητα του κρασιού είναι φημισμένη και επηρεάζεται από τις μικρο-τοπικές συνθήκες (έδαφος, μικροκλίμα).

Οι τεχνογνωσίες αναδεικνύουν μια **πρωτοτυπία**, παρέχουν μια ιδιοτυπία και επιτρέπουν μια αναγνώριση για τα προϊόντα ή υπηρεσίες πρωτότυπα αυτού του τόπου καθώς και για τους ανθρώπους που ζουν εκεί. Οι γαιότοποι είναι χώροι **ζωντανοί** και **καινοτόμοι** οι οποίοι δεν μπορούν να εξομοιωθούν σε μια μόνη παράδοση»

Η αυθεντικότητα και η αναγνωρισιμότητα της πολιτιστικής ταυτότητας περνά από την «εικονοποίηση» του γαιότοπου διαμέσου ταυτοτικών προϊόντων (labellisation).

Η έννοια του **γαιότοπου** επανήλθε στη μόδα ως *αντικείμενο οικονομικό*<sup>1</sup> (παράγοντας ελκυστικότητας ενός αγροτικού χώρου σε ορισμένες περιπτώσεις και /ή στρατηγικός παράγοντας και κάποιες φορές πολύ ανταγωνιστικός για την πώληση των γεωργικών ή τυπικών προϊόντων αυτών των εδαφικών περιοχών (τα οποία «προστατεύονται» από ονομασίες προέλευσης)<sup>2, 3</sup>, συμπεριλαμβανομένου και των μικρών επιχειρήσεων που μπορούν να ξεχωρίσουν και να δώσουν μια προστιθέμενη αξία στα προϊόντα τους<sup>4</sup>

Ένα προϊόν γαιότοπου είναι ένα χαρακτηριστικό έδεσμα αποτελώντας τμήμα της γαστρονομικής κληρονομιάς μιας χώρας, μιας περιοχής ή μιας πόλης, είτε επειδή δεν το βρίσκουμε παρά μόνο σε αυτή την περιοχή εξαιτίας κλιματολογικών και γεωργικών αιτιών (η τρούφα του *Périgord*, το κρασί *Bourgogne*, το αλάτο *Guérande*), είτε για παραδοσιακές και πολιτισμικές αιτίες (μελόψωμο από την Αλσατία, καραμέλα από αλμυρό βούτυρο *από* τη Βρετάνη). Τα περισσότερα αυτών των προϊόντων αποτελούν ελεγμένα εμπορικά αντικείμενα και βρίσκονται σε καθεστώς ΠΟΠ. Αυτά τα προϊόντα οφείλουν να απαντήσουν σε κριτήρια αυθεντικότητας και παράδοσης και διανέμονται συχνά μέσω βραχέων αλυσίδων

1. Pecqueur B (2011) Les terroirs constituent-ils un objet économique ? In Delfosse C. (dir) La mode du terroir et les produits alimentaires, Éditions Les Indes Savantes, Paris, pp. 59-73
2. Fort F. et J.P. Couderc (2001) Le terroir dans l'avantage concurrentiel à l'export, Économie Rurale août — septembre 2001, pp 46-59
3. Fort F. et J.L. Rastoin (2009), Stratégies collectives et marquage « terroir », in Entrepreneur et dynamiques territoriales, éditions EMS, 324 p.
4. Polge M (2003) Petite entreprise et stratégie de terroir, Revue Française de Gestion, 144, juin, 181-194. DOI : 10.3166/rfg.144.181-193