

TABLE DES MATIÈRES

Imprimatur	3
Remerciements	5
Résumé.....	7
Abstract.....	9
Table des matières	11
Liste des abréviations.....	15
Liste des encadrés	17
Principes typographiques.....	19
Carte de la Suisse avec les frontières cantonales	21
Introduction	23
1. Construction de l'objet de recherche	24
2. Méthodologie, outils épistémologiques et limites de la recherche	26
3. Plan de la thèse	27
CHAPITRE 1.....	29
La plante standardisée	29
1. Des principes actifs identiques et mobiles.....	31
1.1. Découvertes de la chimie organique au début du 19 ^{ème} siècle.....	32
1.2. L'encadrement des activités industrielles par l'État fédéral.....	35
2. Les spécialités, entre intérêts corporatistes, construction de l'« intérêt national » et principe de libre-concurrence	38
3. Les plantes dans la politique de promotion de l'image de la Suisse	45
3.1. La consécration des Alpes comme lieu de contemplation et de récréation.....	46
3.2. L'exposition de médecines non-académiques comme stratégie de démarcation des entreprises.....	53
CHAPITRE 2.....	61
La plante localisée	61
1. Apports théoriques de l'étude sociale des sciences et des technologies dans l'analyse des marchés	63
1.1. La qualification des biens marchands comme processus central de l'organisation dynamique des marchés.....	63
1.2. La singularisation d'un produit comme <i>dispositif collectif de calcul</i>	64
1.3. La filière comme dispositif sociotechnique.....	64
1.4. Le <i>script</i> comme mise en forme des relations entre les acteurs humains et non-humains ..	65
2. La construction politique des « régions de montagne »	65
3. La construction sociale du <i>script</i> de la filière suisse de plantes médicinales.....	69
3.1. Des <i>Poschiavini en mal du pays</i> , des autorités communales, un bureau d'études de planification urbaine, la flore alpine et ... des paysans de montagne d'une vallée <i>très spéciale</i> ..	69
3.2. Problématiser des contraintes et ressources communes : le développement de savoirs agronomiques comme <i>point de passage obligé</i>	75
4. Singulariser la filière suisse de plantes médicinales	80

4.1. Des plantes médicinales comme produits d'agrément bons pour la santé.....	81
4.2. Produire des plantes médicinales <i>en accord avec la nature</i>	82
4.3. Circonscrire la production aux régions de <i>montagnes suisses</i>	85
5. Organiser les relations entre les acteurs de la filière	88
5.1. Négocier de nouvelles conditions-cadre	88
5.2. La contractualisation comme stratégie de gestion de la qualité	91
6. La filière suisse de plantes médicinales comme modèle d'économie rurale	98
CHAPITRE 3	105
La plante sur mesure(s)	105
1. Apports théoriques de la sociologie de l'acteur-réseau dans l'analyse des marchés	108
1.1. L'innovation comme reconfiguration des relations entre des entités hétérogènes.....	108
1.2. Les professionnels du marché comme médiateurs entre l'offre et la demande	109
1.3. L' <i>inscription</i> de scénarios de consommation dans le produit.....	109
2. Définir des critères pour l'assortiment : l'essai cultural comme dispositif de production de données	110
3. La sélection de plantes médicinales comme <i>inscription</i> de la demande dans la matière végétale	114
3.1. Diriger la nature : choix des programmes de sélection des plantes médicinales	114
3.2. La construction sociale de la « bienfaisance », de la « naturalité » et de la « montagne »	119
3.2.1. Le rôle de la régulation étatique des marchés dans la construction de la qualité « bienfaitante »	120
3.2.2. La construction de la qualité « naturelle » : les représentations du caractère « sauvage » de la flore spontanée.....	124
3.2.3. La construction de la qualité « de montagne » : enjeu de l'altitude et emblème national.....	127
4. Rendre la culture de plantes médicinales « rentable » et « attractive » ou comment pérenniser la situation de marché	131
4.1. « <i>La seule culture intensive en montagne</i> » : les chiffres au service de la planification et de l'intégration de techniques innovantes.....	132
4.2. « <i>Driller</i> » les membres, « <i>bichonner</i> » les cultures : l'usage de sanctions et de récompenses économiques	137
4.3. Gérer les relations commerciales et les partenariats potentiels	140
5. Soutenir « l'esprit d'entreprise » : la vulgarisation comme moyen d'incitation à l'innovation 141	
5.1. « Naturelle », et « sans goût » : les plantes médicinales comme créatrices de valeur ajoutée	143
5.2. La « tradition » comme <i>réserve de valeur</i>	144
5.3. De nouveaux produits profitables à qui ?.....	145
CHAPITRE 4	149
La plante diplomate	149
1. La Suisse, la diversité culturelle et l'Unesco	152
1.1. La diversité culturelle, au cœur de l'évolution des enjeux politiques.....	152
1.2. Évolution du positionnement de la Suisse face aux instruments de promotion de la diversité culturelle de l'Unesco.....	155
1.3. L'orientation de la mise en œuvre de la Convention de 2003 : entre pragmatisme et potentiel touristique	160
1.3.1. Reformuler la terminologie.....	163
1.3.2. Reformuler la définition du PCI donnée par l'Unesco.....	164
1.3.3. L'engagement d'expert-e-s reconnu-e-s.....	165
2. « L'herboristerie dans les couvents de Suisse centrale », entre enjeux scientifiques, politiques et mémoriaux	168

2.1. Couvrir le champ et mettre à distance le stigmate	169
2.2. Performer la région comme communauté	174
2.3. Corriger l'image de la « tradition ».....	175
3. « La cueillette et la culture de plantes sauvages » ou le projet moderniste	178
3.1. Requalifier les ruptures pour corriger l'image de la « tradition »	179
3.2. Réhabiliter l'image du Valais pour positionner le canton dans l'économie nationale et mondiale.....	183
3.3. Pérenniser le financement de la recherche agronomique	189
3.4. Entrer dans le cadre : formulaires et représentations du Valais ancestral.....	190
4. « Les thérapies naturelles en Appenzell Rhodes-Extérieures » ou le rempart fédéraliste	193
4.1. Inclure les thérapies naturelles d'Appenzell Rhodes-Extérieures dans le récit commun des origines	195
4.2. Contrôler la production et la consommation de médicaments à base de plantes	199
4.3. Soutenir l'industrie touristique locale	204
5. Le dispositif d'inventorisation du PCI comme fabrique d'une image « crédible », « attractive » et « moderne » de la Suisse	206
Conclusion	209
Bibliographie	213
Crédits iconographiques	241