

Fondation Prospective et Innovation    Cercle des entrepreneurs du futur

# Impertinences2011

Onze contributions  
pour penser et agir autrement

Préface de **Jean-Pierre Raffarin**

■■■■ La  
**documentation**  
Française ■■■■

# Grand Prix de l'impertinence 2011

**Préface** ..... 7

*JEAN-PIERRE RAFFARIN*

**Avant-propos** ..... 11

*CHRISTIAN FORESTIER, MICHEL GODET*

\*\*\*

## Grand Prix

**« Espelette » : une histoire qui ne manque pas  
de piment** ..... 17

*ANDRÉ DARRAIDOU*

## Grand Prix

**« Il n'y a pas de métiers pourris,  
il n'y a que des patrons blets »** ..... 37

*ALAIN FRIBOURG*

## Prix

**Impertinences logistiques : plaidoyer prospectif  
pour une nouvelle compétitivité subsaharienne** ..... 43

*YANN ALIX*

## Prix

**Énergie : le nucléaire en plein séisme** ..... 59

*JACQUES FOOS*

## Prix

**Pour la promulgation d'une charte de l'islam  
en Europe** ..... 73

*CLAUDE SICARD*

**Prix**

**Les verts contre l'environnement (et le reste) .....** 89  
*RÉMY PRUD'HOMME*

**Prix**

**Innover ou gaspiller : la révolution simple  
du lavage des mains .....** 105  
*GILLES GAREL, DENIS CROTTET*

**Prix**

**La ville durable doit être rentable ! .....** 115  
*ISABELLE BARAUD-SERFATY*

\* \* \*

**Quelques médias en voie de disparition :  
de la presse à la bande dessinée .....** 125  
*GILLES CIMENT, STÉPHANE NATKIN*

**Libérer l'innovation pour un urbanisme durable :  
l'expérience du bonus de COS .....** 131  
*CYRILLE DUCHEMIN*

**La retraite autrement .....** 147  
*JACQUES BICHOT*

# Préface

## *Pertinence de l'impertinence...*

La nuance entre ce qui est juste, ce qui touche juste, et ce qui est un peu juste est, on le sent, capitale. Le même mot pourtant sert à désigner une situation de justice, de justesse et de manque respectivement, c'est-à-dire des états bien différents.

C'est un peu l'inverse de cet état de polysémie d'un même mot qui s'attache au couple pertinence/impertinence. On les dirait contraires, et pourtant ces deux mots parlent de la même chose. Une chose infiniment délicate à établir, encore plus à maintenir, et qui s'apparente beaucoup à la justesse évoquée ci-dessus.

Car rien n'est plus pertinent que l'impertinence, en ce sens que, par nature, elle procède de la pertinence, à la manière dont l'humour lui aussi consiste à montrer le sens profond d'une situation en cessant de la prendre au sérieux. Aussi éloignée de l'insolence que l'humour l'est de la dérision, l'impertinence a cette force lapidaire de pointer vers le sens de ce qui est pertinent, mais qu'on peine à voir en général parce que trop de déterminants en compliquent l'intelligence, trop d'oripeaux en occultent les formes. La pertinence se dérobe toujours et ne demeure jamais, car tout

change : c'est l'impertinence qui, par sa liberté aux antipodes de l'incorrection, en permet le relevé correct, toujours à reprendre.

Or, dans un temps de complexité rendue exponentielle par le passage de toutes choses à la dimension mondiale, qui déborde les cadres de pensée établis, s'il devient nécessaire d'inventer la grammaire d'une pensée complexe pour accéder à la *compréhension* du réel, il est encore plus urgent de recourir aux fulgurances de visions simples, mais justes pour parvenir à l'*intelligence* du réel, indispensable à l'action.

Tel est le service roboratif que rend à notre temps le Grand Prix de l'impertinence, créé à l'initiative de Michel Godet, orfèvre en la matière, par le Cercle des entrepreneurs du futur qu'il anime. Soutenu depuis 2009 par la Fondation Prospective et Innovation, créée en 1989 par René Monory et François Dalle, et que j'ai l'honneur de présider, ce prix récompense des textes acérés et insolites qui, tel le petit caillou dont se servit David pour abattre au moyen d'une fronde le géant cuirassé Goliath, frappent où il faut : à la tête, et par surprise.

L'innovation, matrice du renouveau, n'a jamais fonctionné autrement. Elle est la pierre angulaire, et anguleuse, de toute prospective, puisqu'elle enfante des futurs que la prolongation des tendances ne comportait pas. Dans sa mission de veilleur d'avenir, la Fondation Prospective et Innovation trouve auprès des impertinents auteurs primés par

ce Grand Prix des repères révélateurs, tantôt d'écueils jusqu'à indiscernés, tantôt de courants encore imperceptibles ou de vents naissants à mettre à profit. La publication de ces textes aidera tous les citoyens soucieux des responsabilités de l'homme libre à y voir, eux aussi, plus clair.

*Jean-Pierre Raffarin*  
*ancien Premier ministre*  
*sénateur de la Vienne*  
*président de la fondation*  
*Prospective et Innovation*

## Avant-propos

*En hommage à Jacques Marseille, membre du jury jusqu'à sa disparition en février 2010. La pertinence de son impertinence manque à tous ses amis et au débat d'idées.*

Le Cercle des entrepreneurs du futur, créé en 2003, comprend plus d'une cinquantaine de membres organismes et entreprises partenaires rassemblés dans le même esprit d'évergétisme : réaliser « le bienfait public à partir des libéralités privées ». Le Cercle a pour principal objectif de penser et d'agir autrement en contribuant à la société de la connaissance et en soutenant l'entrepreneuriat ainsi que les initiatives locales de développement.

C'est dans cette perspective que s'inscrit le Grand Prix de l'impertinence, lancé en 2007 par le Cercle des entrepreneurs du futur. Ce dernier est, depuis 2009, un projet commun du Centre national de l'entrepreneuriat (CNE-Cnam) et de la Fondation Prospective & Innovation, organisé comme les précédents avec l'appui de l'Académie des technologies, de l'Agence nationale de la recherche (ANR), de la Datar.

Ce 4<sup>e</sup> Grand Prix était centré sur les réflexions impertinentes (dont la veine apparaît limitée à quelques grandes plumes généralement connues), mais aussi élargi aux initiatives et actions de terrain dont la réussite constitue autant de bonnes nouvelles. C'est la raison pour laquelle la cuvée 2011 est plus riche en contributions reçues. Leur nombre a augmenté d'un tiers. Ce succès a conduit le jury à reporter la communication des résultats au 21 septembre 2011. Ce report a permis de sortir, en même temps, le livre *Impertinences 2011* rassemblant les onze textes sélectionnés par le jury. Le même jour a été lancée la 5<sup>e</sup> édition du Grand Prix de l'impertinence et des bonnes nouvelles pour 2012 et 2013.

(\*) Créé en 2003, le Cercle des entrepreneurs du futur est piloté par le CNE (Centre national de l'entrepreneuriat), un institut du Cnam, appuyé plus particulièrement par cinq membres bienfaiteurs : Epita, la FNTP, Syntec Numérique, CapGemini, Sopra Group . Il comprend plus d'une cinquantaine de membres, dont certains bienfaiteurs : Adecco, Bel, la CGPME, Colas, la DGAC, Devoteam, ERDF, France Télécom, Monceau Assurances, Quick, la SNCF, Schneider Electric, Soparind Bongrain. <http://www.laprospective.fr/cercle>

Les réponses pouvaient être individuelles ou collectives. Elles devaient privilégier le côté inductif et à contre-courant des idées dominantes ou témoigner d'initiatives et d'innovations réussies dans des contextes difficiles.

Elles ont été évaluées par un jury présidé par le recteur Christian Forestier, administrateur général du Cnam.

Les membres de ce jury sont désignés de manière *intuitu personae* et ne pouvaient donc se faire représenter, ni répondre personnellement à l'appel. Une large publicité a été assurée par les partenaires pour la diffusion de cet appel et des réponses primées.

Pour l'année 2011, le jury a décerné deux Grands Prix d'un montant de 5 000 €, six prix d'un montant de 2 500 € et a remarqué trois autres textes pour publication :

### **Grand Prix :**

- « Espelette » : une histoire qui ne manque pas de piment, *André Darraidou*
- « Il n'y a pas de métiers pourris, il n'y a que des patrons bleus »,  
*Alain Fribourg*

### **Prix :**

- Impertinences logistiques : plaidoyer prospectif pour une nouvelle compétitivité subsaharienne, *Yann Alix*
- Énergie : le nucléaire en plein séisme, *Jacques Foos*
- Pour la promulgation d'une charte de l'islam en Europe, *Claude Sicard*
- Les verts contre l'environnement (et le reste), *Rémy Prud'homme*
- Innover ou gaspiller : la révolution simple du lavage des mains,  
*Gilles Garel & Denis Crottet*
- La ville durable doit être rentable !, *Isabelle Baraud-Serfaty*

Outre ces huit récompenses, le jury a distingué pour publication les trois communications suivantes :

- Quelques médias en voie de disparition : de la presse à la bande dessinée, *Gilles Ciment & Stéphane Natkin*



- Libérer l'innovation pour un urbanisme durable : l'expérience du bonus de COS, *Cyrille Duchemin*
- La retraite autrement, *Jacques Bichot*

Christian Forestier, Michel Godet

## LES MEMBRES DU JURY DU GRAND PRIX 2010

- Jean-Pierre Alix** (conseiller à la Présidence, CNRS)  
**Marie-Hélène Aubry** (consultante)  
**Gilbert Azoulay** (directeur délégué, AEF)  
**Jean-Claude Bouly** (professeur du Cnam)  
**Anne Brunet-Mbappe** (enseignant chercheur à Advancia)  
**Stéphane Cordobes** (conseiller à la Datar, professeur au Cnam)  
**Pierre Chapuy** (professeur au Cnam)  
**Michèle Debonneuil** (inspection générale des finances)  
**Gérard-François Dumont** (professeur à la Sorbonne)  
**Philippe Durance** (professeur au Cnam)  
**Yves Farge** (Académie des technologies)  
**Christian Forestier** (administrateur général du Cnam)  
**Michel Godet** (professeur au Cnam, animateur du Cercle)  
**Michel Griffon** (directeur général adjoint de l'Agence nationale de la recherche)  
**Marjorie Jouen** (conseillère à *Notre Europe*)  
**Alain Lebaube** (journaliste)  
**André Letowsky** (consultant)  
**Marc Mousli** (consultant)  
**Maria Nowak** (présidente de l'ADIE)  
**Malika Sorel** (membre du Haut Conseil à l'intégration)  
**Jacques Theys** (ancien directeur du Centre de prospective, ministère de l'Équipement)  
**Jean-Marc Vittori** (*Les Échos*)

# «Espelette» : une histoire qui ne manque pas de piment

*ANDRÉ DARRAIDOU*

## Résumé

1967 : un groupe de jeunes gens veut créer une fête dans son village. Ils ignorent que ce sera là le point de départ d'une formidable aventure économique. Cette Fête du piment, qui donnera naissance à une confrérie gourmande, «La Confrérie du piment d'Espelette», prendra ainsi un aspect gourmand, agro-alimentaire ; elle suscitera chez certains de ces jeunes l'envie de développer cette culture très locale, intéressant alors une dizaine de fermes, à qui elle assure un simple complément de revenus. Une première expérience individuelle, puis une seconde avec la naissance d'une usine de transformation du piment, se solderont cependant par des échecs douloureux, bien près d'entraîner une désaffection définitive de cette culture.

Pourtant, certaines personnes présentes dès le départ vont continuer à œuvrer pour maintenir, pour espérer, pour y croire encore. Cette ténacité sera récompensée : vingt ans ont passé, cette fête devient connue de la France entière et les médias nationaux vantent de plus en plus ce condiment qui ensoleille la cuisine du Pays basque. L'utilisation frauduleuse du nom «Espelette» par des distributeurs crée

**André Darraidou** est restaurateur-hôtelier à Espelette, animateur économique du mouvement Herrikoa et responsable Tourisme à la chambre de commerce de Bayonne. Il a été maire d'Espelette de 1989 à 2006.

une nouvelle dynamique de réflexion sur ce produit. Au début des années 90, une nouvelle génération de jeunes travaillera d'une manière très méthodique pour valoriser ce produit agricole, dont l'image est déjà faite avant même que la culture ne se développe vraiment. Recherche de qualité, amélioration de la culture, mise en place de règles très strictes permettront l'obtention d'une Appellation d'origine contrôlée en 2000. Simple étape dans la vie de ce légume, car les producteurs vont alors continuer à travailler sans s'endormir sur leurs lauriers.

Aujourd'hui, 150 exploitations réparties sur dix communes tirent de la culture du piment d'Espelette leur revenu principal; de nombreux jeunes se sont installés pour vivre de cette activité; des terres convoitées par la spéculation foncière restent consacrées à l'activité agricole.

En un peu plus de quarante ans, le désir de ces jeunes gens voulant faire la fête a conduit à ce développement économique étonnant. Certains acteurs des premiers jours sont encore là aujourd'hui. Évidemment, cet itinéraire ne peut servir de méthode de développement économique. Pourtant, la réussite est là ! Impertinence, inconscience, culot, persévérance : ce condiment issu d'un petit coin du Pays basque est devenu aujourd'hui un produit incontournable de la cuisine française.

---

## Une production ancestrale

La production du piment d'Espelette est ancienne. Arrivé d'Amérique avec les conquistadors, avec le maïs, la pomme de terre, le cacao, ce piment originaire du Mexique va s'installer dans les pays chauds, tropicaux ou semi-tropicaux. C'est donc d'Espagne – Espelette est un village qui touche la frontière – que le piment passe la frontière pour arriver en France. Il s'est installé dans le Midi, là où est la chaleur, pour être surtout cultivé en piment doux ou en poivrons. A Espelette, c'est une variété piquante qui sera cultivée. Transformée en poudre après

séchage, elle va intéresser la population locale pour assaisonner sa charcuterie traditionnelle, car elle est, de plus, bien moins chère que les épices lointaines. Le climat local, chaud et pluvieux l'été, confère à ce piment ses caractéristiques. Enfin, Espelette est un village de marché : le savoir-faire du semis et de la culture du plant de piment fut l'apanage des paysannes du village ; au printemps, elles vendaient leurs plants au marché d'Espelette.

La culture du piment s'installe dans cette zone comprenant Espelette et les villages les plus proches. Il s'agissait pour beaucoup d'une épice utilisée à la maison : chaque ferme, chaque villageois élevait son cochon. En hiver, toutes les cochonnailles en étaient assaisonnées. Quelques producteurs, cependant, firent une production telle qu'elle leur permettait d'en vendre une partie à des charcutiers de Bayonne ou du Béarn. Elizaldea, grande ferme productrice de piment, en plantait 3 000 pieds. Au total on comptait une dizaine de producteurs qui devaient produire moins d'une tonne de poudre. Le suivi de la culture est difficile, les terrains cultivés sont petits : moins de 2 000 mètres carrés pour 3 000 pieds. Ainsi, dans la ferme, cela faisait partie davantage du travail du jardin, donc de celui de la femme. Chaque ferme sélectionnant sa graine pour les semis de l'année suivante, le choix des plus beaux piments était basé sur des notions de : typicité, beauté, finesse de la peau, forme triangulaire, attachement du pédoncule à la plante, taille, couleur.

A côté de la dizaine de fermes produisant pour vendre, chaque maison du village ayant un petit jardin cultive 100 ou 200 pieds de piment, afin de s'assurer les épices nécessaires aux cochonnailles. Limitée à une production ne dépassant sûrement pas les 20 000 pieds, cette culture devait perdurer ainsi dans le village d'Espelette jusqu'à la deuxième partie du XX<sup>e</sup> siècle.

## La Fête du piment

### Naissance de la fête

A la fin des années 60, le village d'Espelette bouillonne d'initiatives associatives. Syndicat d'initiative, club de football, groupe de danses voient le jour dans ces années-là. Revenu de la région parisienne après quelques années de travail dans la capitale, Michel Darraidou crée le Syndicat d'initiative. En 1967, il propose

de lancer une fête à la fin de l'été. Pour beaucoup de jeunes, à la fin septembre, les fêtes de village prenant fin, il n'y aura plus d'occasions de fêtes ou de bal jusqu'au mois de mai. Alors pourquoi ne pas en faire une dernière, histoire de passer encore un bon moment ? Avec l'appui des jeunes les plus dynamiques de l'époque, la décision est prise : ce sera le dernier dimanche de septembre. Toutes les animations seront gratuites : la quête effectuée après la fête dans les bars et restaurants du village permettra de solder les comptes de cette journée. Dernier travail : comment appeler cette fête ? Dans notre village, pourquoi ne pas utiliser ce petit produit incontournable de la cuisine locale : le piment ? Sitôt dit, sitôt fait : ce sera la Fête du piment.

Dès 1968, deux événements vont avoir une grande importance pour la suite de cette fête. Pour la faire connaître, des affiches sont imprimées puis distribuées dans l'ensemble des bars des villages alentour. Au cours d'une de ces répartitions, Michel Darraidou parcourt les rues de Bayonne et à hauteur du café du Théâtre, aperçoit «Le Farnié», bar distingué, historique, que fréquentent les notables de la ville : avec le culot de son âge, il y entre pour y placer une affiche. Les clients présents l'interpellent, curieux de connaître le programme de la fête. Malgré leur âge honorable et leur stature, ils manifestent leur intérêt pour ces festivités. Ils avaient d'ailleurs téléphoné au maire du village, qui n'avait pas eu l'air de comprendre leur demande. En fait, il s'agit là des principaux représentants de la « Confrérie du jambon de Bayonne », association réputée et honorable de charcutiers, commerçants ou notables bayonnais, qui propose tout simplement de parrainer la création d'une Confrérie du piment d'Espelette.

Le 22 septembre, Auguste Darraidou, maire d'Espelette, décède subitement. La fête, qui devait avoir lieu quelques jours plus tard, est annulée. Mais sur la demande de plusieurs commerçants, et une fois passé un mois de deuil dans le village, la fête est programmée pour le dernier dimanche d'octobre. C'est cette date qui deviendra définitivement celle de la Fête du piment à Espelette.

## 1969 : La Confrérie du piment d'Espelette

Michel a bien enregistré le message du bar «Le Farnié» et le 26 octobre 1969, encadrée par ses parrains de la Confrérie du jambon de Bayonne, la Confrérie du piment d'Espelette prend corps devant la ferme Elizaldea. Michel Darraidou en est le grand maître.

Elizaldea, ferme située à quelques dizaines de mètres de l'église, est historiquement une grande productrice de poudre de piment d'Espelette. A l'automne, sa façade est entièrement couverte de cordes de piments séchant au soleil : c'est l'une des maisons les plus photographiées du village. Les intronisations sur une estrade, posée dans la grande cour d'entrée de cette ferme, prennent un aspect particulièrement coloré, pittoresque, extraordinaire. Très vite les médias régionaux seront attirés par cet événement. Les membres des confréries sont beaux dans ce cadre coloré. L'année suivante, afin de donner un peu plus de corps et d'originalité à la fête, la Confrérie du piment, qui en est désormais l'organisatrice, crée un prix appelé le « Prix piment ». Il est remis à un sportif du Sud-Ouest qui s'est distingué pour ses vertus de combativité, de courage, de hargne. Un sportif qui a du piment ! Ce prix récompensera de nombreux grands sportifs à la réputation internationale. En même temps, les confréries régionales sont invitées et vont donner un aspect gourmand à la Fête du piment : l'Opéra de Biarritz, les Jabotiers de Saint-Sever, les *Tastos Munjetos* de Saint-Gaudens, les Corsaires de Saint-Jean-de-Luz, l'angula d'Hendaye, etc.

Les producteurs de piment ne s'intéressent pas encore à cette fête. Cela durera près d'une dizaine d'année. Pourtant, cette belle fête de fin de saison a fait son trou, nos animateurs des premiers jours, qui n'oublient pas de travailler mais aussi de faire la fête, en sont les plus heureux. Représentants des confréries, sportifs invités du jour, organisateurs de la fête et jeunesse du village se retrouvent en fin de journée dans un grand chahut tout en gaieté et convivialité.

## Construction d'une usine

### Un jeune maraîcher : Pierrot Goni

Au milieu des années 70, un jeune maraîcher ezpeletar commence à s'intéresser au piment d'Espelette. Membre de la Confrérie du piment d'Espelette, très vite germe en lui l'idée de développer la vente et la culture de ce produit auquel il croit beaucoup. Aidé par une relation bayonnaise, M. Hirigoyen, il va mettre à l'étude la possibilité de transformer le piment en produits plus rémunérateurs que la poudre, transformation traditionnelle mais demandant beaucoup de travail : encordage, séchage long, broyage. Ainsi naît une première sauce à base de

piment frais : le « Basque ardent ». A la suite de cette première démarche, une réunion de sensibilisation aura lieu à la mairie d'Espelette, où sont invités les producteurs de piment du village et deux commerçants déjà très intéressés par le piment d'Espelette et cette nouvelle production : Pierrot Accoceberry, charcutier-conservateur, et André Darraidou, restaurateur-cuisinier. La réunion tournera court, un producteur de piment d'Anglet prenant la parole dès le début de la réunion pour lancer : « Je vois des commerçants dans cette réunion. Méfiez-vous, les commerçants sont toujours là pour leur propre intérêt ! »

Pierrot Goni ne baisse pas les bras pour autant. Sa sauce plaît bien, mais il rencontre des difficultés de conservation. En même temps, peu de producteurs décident de produire pour lui vendre du piment frais. C'est le club de football du village qui entre alors en jeu, en cultivant 5 000 pieds de piment qui seront triés, équeutés et lavés, puis vendus à Pierrot Goni : cela fait de la production pour notre transformateur et de l'argent pour le club de foot. En 1976, toujours soucieux d'améliorer sa production, il prend contact avec une conserverie de légumes, à Casseneuil dans le Lot-et-Garonne : Senchou Frères. Pierre Senchou, le directeur technique a tout de suite un bon contact avec lui et il se met au travail dans son laboratoire afin de sauver sa production. En cette fin d'année 76, il achètera aux établissements Senchou un broyeur qui permettra d'optimiser sa fabrication du « Basque ardent ». Son travail commence à porter ses fruits. D'autres agriculteurs s'intéressent à sa transformation.

En 1978, Pierrot Goni organise avec un groupe d'agriculteurs et de conseillers municipaux un voyage à Casseneuil : visite de l'usine, du collège agricole et d'une station de séchage de pruneaux. C'est cette année-là qu'est créé le Syndicat des producteurs de piment d'Espelette, dont il sera le premier président, et auquel adhèrent 13 producteurs sur 15.

Une première demande d'AOC piment d'Espelette est faite en 1978. La réponse sera cinglante : « pas d'intérêt d'une culture réunissant une douzaine de producteurs et concernant deux ou trois villages. »

## La société Herrikoa

En 1979, naît une association dénommée « Hemen », dont le but est de susciter, encourager, aider et accompagner toute initiative économique liée à la création d'emploi en Pays basque.



Son premier président fut André Darraidou, restaurateur à Espelette. Ses moyens : mettre tous ensemble un peu d'argent dans une société, qui sera utilisé uniquement pour entrer dans le capital de nouvelles sociétés lançant un projet économique dans le Pays basque. Les réunions ont lieu dans les mairies, dans les restaurants, dans des salles. Ainsi en 1980 fut créée la société à capital risque Herrikoa. Dans le premier appel à prise d'actions, 800 personnes répondent favorablement et apportent 1 million et demi de francs. Il ne reste plus qu'à trouver des porteurs de projets pour les financer. Les 800 actionnaires de Herrikoa sont répartis dans tout le Pays basque. A Espelette, une vingtaine de personnes en sont actionnaires. Elles se réunissent et très vite la question incontournable revient sur la table : « Quel projet pour le piment d'Espelette ? ».

L'idée est là, il ne restera plus qu'à la concrétiser.

## L'usine : Biperra

En 1982, la conjonction du Syndicat des producteurs, de l'Union commerciale d'Espelette et de l'association Hemen fait avancer le projet de création d'une coopérative de transformation et de commercialisation du piment d'Espelette. Le contrat de pays se met en place sur le canton et recherche des projets innovants. Pierre Senchou, ingénieur agro-alimentaire désormais à la retraite, qui a gardé de très bons contacts avec Pierrot Goni, s'investit dans le projet de création d'une usine et des produits à base de piment d'Espelette.

« Il est important de créer des nouveaux produits à forte valeur ajoutée par rapport à la poudre, dont le prix sur le marché est relativement faible compte tenu du travail effectué. »

Le 2 février 1983, la coopérative Biperra (« le piment » en basque) est créée. Elle s'est appuyée sur la société Herrikoa, l'école d'agriculture d'Hasparren, le contrat de pays Nive-Nivelle et une quinzaine de producteurs locaux.

Le projet de développement de la culture du piment d'Espelette est proposé sur 15 communes. Grâce au travail de Herrikoa, le conseil régional s'associera à ce projet, tant dans l'investissement que dans l'accompagnement des études et ordres de mission. L'usine trouvera sa place dans la zone artisanale du syndicat intercommunal Errobi, sur le territoire d'Itxassou : le syndicat Errobi a apporté le terrain, le Crédit agricole un prêt de 350 000 F, le CEPME un prêt de 400 000 F (prêt à

l'innovation proposé par l'ANVAR), et 23 producteurs-fondateurs vont apporter leurs parts pour monter le projet d'usine.

Le 15 septembre 1983, l'usine Biperra ouvre ses portes. La production, qui était de 30 000 pieds environ, passe cette année-là à 130 000 pieds. Dès la Fête du piment 1983, la coopérative tient un stand sur la fête notamment pour vendre des cordes de piment et présenter les futurs produits sous la marque « Bazkari ». Après de longues discussions, c'est en effet ce nom qui a été choisi :

- il fait penser à une sauce déjà existante sur le marché : « Sakari » ;
- sa signification en basque, « repas de midi », invite à la table ;
- phonétiquement, on peut entendre « le Basque a ri », clin d'œil humoristique vers les non-bascophones.

Premier problème ; dès sa présentation, la marque doit disparaître. En effet, un proche du projet a déposé la marque « Bazkari » quelques semaines avant la présentation par Biperra. Certains parleront d'un « délit d'initié », dont l'auteur ne tirera cependant pas grand profit, puisqu'il disparaîtra rapidement du monde du piment.

En février 1984, sortent de nouveaux produits : lamelles, coulis, purée, flocons. Les premières ventes se font tout d'abord sur le Pays basque, puis dans les Pyrénées-Atlantiques.

Les difficultés pour pénétrer les grandes surfaces sont de trois ordres :

- les produits sont à rotation lente : un pot de piment est consommé en plusieurs semaines, voire plusieurs mois, il n'est donc pas très intéressant dans les présentoirs ;
- les produits nouveaux n'intéressent pas les grandes surfaces au niveau national, et il faut se diriger vers les supermarchés locaux ;
- le projet a prévu très peu de budget promotionnel, or les supermarchés adorent les rabais.

En même temps, le travail des coopérateurs remet sur la table le projet d'une Appellation d'origine contrôlée.

1985 : les premières difficultés d'entrée dans le marché ne découragent pas l'équipe d'animation, qui essaie de négocier un contrat avec Amora. « Vous nous cultivez des cornichons, et nous référençons vos produits dans le catalogue Amora. ». Un tel appui pourra servir à ouvrir des marchés à Biperra. Quelques producteurs

produiront bien des cornichons, mais tout cela sera sans suite. Autre variante : Biperra sort un produit « Spécial cochonnailles » pour s’attirer la grande clientèle de tous ceux qui tuent le cochon à la maison et font les cochonnailles pour eux. La vente est un succès et un vrai encouragement pour l’avenir. Après un accord commercial avec les établissements Gueraçague, Biperra vend sous sa marque une soupe de poisson, une piperade et un pâté au piment d’Espelette, qui lui permettent de faire son apparition dans des grandes surfaces locales, avec des produits à rotation rapide. Consécration suprême de la qualité de ses produits, Biperra finit même par entrer chez Fauchon. Le chiffre d’affaire décolle vraiment : 56 % d’augmentation des ventes.

Mais des difficultés de trésorerie se font jour : toutes les annuités bancaires ont été assurées, mais le découvert se creuse. Biperra en appelle à la coopérative Lur Berri, dont la puissance financière est très forte. Aucun écho en retour.

En août 1986, le Crédit agricole retire son soutien. La coopérative est mise en redressement judiciaire, et l’aventure Biperra s’arrête là : la FNSEA voyait-elle d’un bon œil ce projet agricole nouveau ? L’image « basque » de certains producteurs et de Herrikoa a-t-elle nui au projet ezpeletar ? Les producteurs traditionnels de piment d’Espelette eux-mêmes croyaient-ils au développement de cette culture ?

Ces questions resteront en grande partie sans réponse, même si les promoteurs ont leur idée sur ces sujets.

## 1987 : vingt ans après

Vingt ans se sont écoulés depuis la première Fête du piment. Les choses ont bougé et les médias s’en ont l’écho. Ainsi, de 1977 à 1986, les médias nationaux parlent de plus en plus de ce produit, image de la cuisine basque : « Lui », Le livre de Poche, « Elle », Gault et Millau, « Cuisine et Vins de France », les Guides Nathan, « Marie-Claire », « Rustica », « Figaro Madame », etc., et même le « Herald Tribune ». Dans les dix premières années la notoriété du piment a été régionale, puis l’image d’« Espelette, pays du piment » est devenue nationale. Localement « la Fête du piment » prend un essor extraordinaire, et ses responsables s’interrogent : « le village pourra-t-il longtemps recevoir tant de monde ? ». Les producteurs de piment sont désormais présents à la fête, liée à la présentation de ce produit et à sa vente.

Quelques grands cuisiniers français commencent à utiliser le piment d'Espelette dans leur cuisine, dont un d'origine landaise, de Cagnotte : Alain Dutournier. Grand défenseur de tous les produits du Sud-Ouest, ce chef étoilé (2 étoiles au Michelin) sera un défenseur et un promoteur du piment d'Espelette. Le restaurateur Jean-Pierre Xiradakis, à la tête de la fameuse « Tupina » à Bordeaux, mettra lui aussi régulièrement en valeur le piment d'Espelette. Puis, l'un des plus grands, Michel Guérard à Eugénie-les-Bains, en devient lui aussi un adepte.

## Une flamme reste allumée

Le petit bilan ci-dessus pourrait faire croire que les choses vont au mieux pour le piment d'Espelette. Pourtant, le choc de la fermeture de l'usine Biperra et les poursuites judiciaires sur des agriculteurs sont d'un effet désastreux. La majorité des producteurs de piment, extérieurs au village, ont abandonné cette culture. A Espelette, la relève ne vient pas, et l'impression est même inverse, puisque certains commencent à se poser des questions sur l'avenir de cette culture. Pourtant, à la chute de Biperra, la clientèle commençait à exister pour les produits à base de piment d'Espelette. Ces mêmes clients se mirent alors à parcourir les commerces alimentaires du village cherchant à les retrouver. Sentant très bien cette demande, Pierre Accoceberry, charcutier-conserveur, ira rencontrer Pierre Senchou pour obtenir les formules de fabrication de certains des produits Biperra. L'accord conclu, on peut désormais acheter dans ce commerce purée, coulis, ketchupade. Ainsi, malgré le choc économique et commercial de la fermeture de Biperra, la clientèle continue de pouvoir obtenir ces produits par l'entremise de ce commerçant, qui notez-le bien était déjà là au début des années 70, lorsque le débat sur le piment d'Espelette se fit jour. Cette petite flamme allumée prendra avec le temps une valeur extraordinaire.

## Vers une AOC

### Concurrence déloyale

Dans sa troisième année d'existence, Biperra a sorti un « Spécial cochonnailles » qui rencontra un franc succès, notamment dans les supermarchés. En général, dans le commerce, lorsqu'un produit marche bien et vient à disparaître, on en

cherche tout naturellement un autre, sensiblement équivalent, pour le remplacer. C'est ce que fera un supermarché de Saint-Jean-de-Luz en sortant, à la période des cochonnailles, des sachets de poudre de piment intitulés « piment Espelette » ou bien « piment façon Espelette ». Cela montre combien l'intitulé « Espelette » devient inséparable de la notion de « piment », du moins dans le Sud-Ouest de la France. Puis, une deuxième marque de supermarchés met du « piment type Espelette », dans quatre de ses magasins entre Pays basque et Landes.

## Renaissance du Syndicat des producteurs

Au début des années 1990, un producteur de piment à Espelette, qui a découvert la supercherie, rencontre le nouveau maire d'Espelette, André Darraidou qui, sensible à sa plainte, entreprend immédiatement des démarches. Auprès des services de la « Concurrence et des Prix », l'accueil n'est pas celui attendu. L'Institut national des appellations d'origine (INAO), déjà contacté au début des années 1980, est à nouveau sollicité.

En 1993, une première rencontre a lieu à la mairie d'Espelette avec un groupe de jeunes agriculteurs, des représentants du conseil municipal et des délégués régionaux de l'INAO. Si tout se déroule bien, le message est très net : obtenir une AOC est quelque chose de très sérieux, de très difficile et de très long. Cela peut durer cinq à six ans. Mais à Espelette, personne n'hésite, tout le monde est d'attaque pour un combat long : l'utilisation déloyale du nom « Espelette » a vraiment motivé les producteurs ezepletars, jeunes ou anciens.

Le 30 avril 1993, le Syndicat des producteurs de piment d'Espelette est relancé. Il met à sa tête une femme de 27 ans, Maritxu Garacotche. Les poursuites contre les neuf coopérateurs de la coopérative Biperra prennent une meilleure tournure et l'affaire sera close en 1993, ce qui amène un début de sérénité dans le monde des producteurs.

Résultat : la Fête du piment, les médias nationaux et des cuisiniers ont très fortement contrebalancé le choc de la fermeture de l'usine Biperra. Années noires et écho médiatique ont finalement suscité un désir de relance, un désir de vengeance et un désir de réussite autour de ce produit.

## Museum, INRA, INAO

Durant les quatre années qui suivent, le projet « piment » prend une direction nouvelle. Le projet des années 1980 voulait tout d'abord travailler pour la création d'emplois, et ensuite sur le développement qualitatif du produit « piment d'Espelette ». Cette fois, le nouveau groupe qui s'est constitué dans le Syndicat des producteurs de piment d'Espelette et autour de Maritxu Garacotche veut tout d'abord s'occuper du développement de la filière piment. Ce groupe va s'étoffer : en 1993, ils sont 28 agriculteurs à vouloir se battre dans ce sens-là. Venus de 6 villages (Espelette, Cambo, Itxassou, Souraide, Larressore, Ustaritz), jeunes, c'est cette équipe qui animera le Syndicat des producteurs pour arriver à l'étape AOC. Autour de ce groupe humain, trois établissements à stature nationale sont entrés dans le jeu, chacun apportant l'aide nécessaire pour faire avancer le dossier.

Le Museum d'histoire naturelle à Paris : c'est le professeur Yves Monnier qui va le premier mettre son établissement au service du piment d'Espelette. Dès 1993, il délègue une jeune chercheuse du Museum, Clémentine Raineau, qui viendra sur place durant trois mois étudier l'histoire du piment. Ses recherches entraîneront l'intervention de l'Institut national de la recherche agronomique (INRA), dont le siège est à Monfavet, et qui va travailler sur l'homogénéité du piment d'Espelette. L'INAO s'est mis au travail et son délégué régional, M. Mur, va vite devenir un grand défenseur du piment.

Localement, le Syndicat des producteurs va s'appuyer sur une association travaillant au Pays basque à la diversification et à l'amélioration des filières agricoles : Arrapitz. Elle va travailler avec les producteurs sur la formation qui, par contrat entre le Syndicat, la municipalité et le Museum, sera financée par l'ADEPFO (Association de développement des Pyrénées par la formation).

Une convention est signée entre le Museum d'histoire naturelle et le Syndicat des producteurs de piment d'Espelette avec pour objet : le développement de la filière piment d'Espelette, la protection d'un produit local, l'organisation de la production et de la commercialisation de ce produit.

Le Syndicat des producteurs signe un contrat avec l'INAO. En 1994, Catherine Richer, ingénieur agronome, est détachée à Pau par l'INAO, pour s'occuper de différentes filières agricoles dans les départements alentour. Elle va vite tomber amoureuse du piment d'Espelette et devenir la grande animatrice de l'étape menant à l'AOC.

Trois années auront été nécessaires pour mener à bien toutes ces réflexions. Trois années pendant lesquelles le groupe de producteurs prendra de plus en plus conscience de l'immensité de la tâche, mais également de la valeur agricole très importante du développement d'une telle filière.

Dès la première étude menée par le Museum d'histoire naturelle, la qualité archaïque de cette production est fortement soulignée, et la réflexion s'oriente vers des recherches d'amélioration et de mécanisation de la production. Tout est fait à la main jusqu'à présent. Comment améliorer des étapes comme la mise en motte, la plantation, le sarclage, le broyage ? Cela aboutit au lancement d'une CUMA (coopérative d'utilisation du matériel agricole). Étape difficile car elle demande un engagement financier, et surtout un nombre suffisant de producteurs. Le premier équipement consiste en une planteuse, un équipement à poser du film plastique, un équipement à mettre le plant en motte, une broyeuse. Le succès de la mécanisation, dès la première année, entraîne très vite l'arrivée de nouveaux producteurs dans cette CUMA.

Simultanément à cette réflexion sur la mécanisation, le cahier des charges qui mènera à l'AOC prend corps. Ce travail, qui concerne les techniques de culture, la qualité du produit, la délimitation d'une zone de culture, la mise en place de dégustations du piment, fait prendre conscience aux producteurs des mécanismes d'obtention d'une appellation. Les discussions sont nombreuses, les réunions parfois très difficiles. Une majorité arrive à évoluer dans le sens du projet, d'autres plus radicaux traînent des pieds.

Au milieu de ce groupe humain difficile à mener, la présidente Maritxu Lecuona-Garacotche prend une dimension étonnante. Sa constance, sa ténacité, sa volonté sans faille vont permettre au groupe de dépasser les étapes particulièrement difficiles du projet. Notamment, la délimitation de la zone piment d'Espelette : entre les partisans d'une zone limitée à Espelette et ceux d'une zone très large, l'INAO s'appuiera tout d'abord sur les pratiques de culture, puis surtout sur le travail d'un climatologue retiré à Espelette. Le professeur Georges Viers, de l'Université de Toulouse, fut pendant sa carrière le grand géographe des Pyrénées. Dans sa retraite ezepletar, il travaille pour la Météorologie nationale avec toute sa rigueur scientifique. C'est lui qui déterminera, par une étude climatologique, le zonage qui obtiendra l'agrément de l'ensemble des producteurs.

Autre étape importante, en début 1995, le CERVAC (Centre de recherche et de valorisation des produits de consommation), dont le siège est à Marseille, recon-

naît dans son étude physico-chimique « les caractéristiques très particulières qui font l'originalité de cette variété de piment dans l'ensemble des piments. ». Nous pourrions dire plus simplement : « Le piment d'Espelette existe. »

## La victoire approche

Le travail mené depuis trois ans paraît porter ses fruits en janvier 1996, quand un premier rapport de la Commission d'enquête de l'INAO fait un bilan très favorable des actions menées et mises en place.

- L'amélioration du matériel végétal est en cours et des lignées sont sélectionnées.
- Le travail « étude ethno-botanique », « étude physico-chimique », « demande d'AOC », « mission de la commission de l'INAO », « étude commerciale » avance bien et est en partie terminé.
- Le cahier des charges est préparé et demande des précisions.
- La zone de culture est précisée après étude climatologique.
- Un équipement collectif est réalisé, avec la création d'une CUMA.
- La lutte contre un agent pathogène (« champignon ») est menée.

La Commission demande de travailler davantage le cahier des charges sur l'aire définitive, de préciser la qualité du terroir et les conditions de culture, d'initier des dégustations des piments. Pour beaucoup, ce dernier projet apparaît incongru : comment pouvoir goûter plusieurs poudres de piment alors que dès la première, le palais est fortement agressé par son piquant ? Un travail sera alors conduit, avec la participation du lycée hôtelier de Biarritz : la présence de cuisiniers dans ces premières dégustations révèle à l'ensemble des présents les subtilités visuelles, olfactives et gustatives du produit. Non seulement cela paraît réalisable, mais producteurs et autres prennent très vite un vif plaisir à participer à ce genre de dégustations.

Dès 1997, une dégustation est effectuée avec la production de l'année : 28 producteurs y participent. 11 séances d'agrément ont lieu, 116 échantillons de piment seront dégustés. Plus de trois tonnes de poudre de piment d'Espelette sont produites cette année-là.



En 1997, le travail mené fait état des grands points suivants :

- la variété piment d'Espelette est une variété «*Capsicum annum*» ;
- la germination de la graine se fait entre 20 et 26 °C ;
- le plant de piment après germination pourra se développer sous châssis ;
- les terres de culture sont fertiles, à bon ensoleillement, en pente douce ;
- le fumier de la ferme doit être le seul amendement ;
- le tuteurage des plants est recommandé ;
- la technique du paillage protégera des mauvaises herbes ;
- la cueillette se fait avec le soleil ;
- la récolte se fait au fur et à mesure que les fruits arrivent à maturité ;
- la main-d'œuvre, pour récolter des parcelles relativement petites, a été traditionnellement familiale ;
- la mise en corde se fait selon trois techniques.

Le cahier des charges met en place les points suivants sur la culture du piment d'Espelette :

- dix communes feront partie de la zone d'appellation : Espelette, Cambo, Saint-Pée-sur-Nivelle, Ainhoa, Souraïde, Itxassou, Halsou, Jatxou, Larressore, Ustaritz ;
- sur cette zone, des critères d'altitude et de localisation s'appliquent ;
- une parcelle de culture est décidée en fonction d'une expertise préalable ;
- les traitements phytosanitaires sont proscrits ;
- sont acceptés les fertilisants organiques d'origine agricole ;
- les piments sont plantés tous les 40 cm ;
- l'usage de défoliants est interdit ;
- les piments sont récoltés à la main ;
- le tri pour éliminer les piments abîmés se fait à la main, et dans les 48 heures après la cueillette ;
- le stockage du piment frais en frigo est interdit ;
- l'encordage des piments se fait chez le producteur ;

- avant passage en four, les piments doivent passer par une maturation sur clayette d'une quinzaine de jours ;
- les poudres sont issues d'une même exploitation ;
- le mélange de deux années de récolte est interdit.

Tout manquement à l'un de ces points provoque un avertissement. L'exclusion de la culture AOC peut être prononcée après trois avertissements.

Le 23 avril 1997, Le Comité national des produits agro-alimentaires « reconnaît par principe le piment d'Espelette en AOC ». L'essai est marqué, il ne manque plus qu'à le transformer. Cela prendra encore près de trois ans.

## Le sprint final

Une AOC c'est : la typicité d'un produit, un milieu humain, un savoir-faire, une culture locale. Une nouvelle loi a permis à des fruits et légumes de devenir des AOC. Quatre ont précédé Espelette : la lentille du Puy, l'olive noire de Nyons, la pomme de terre de l'Île de Ré, le coco de Paimpol.

Pourtant, l'annonce officielle tarde. De nombreuses interventions sont menées auprès du ministère de l'Agriculture. En cette année 1999, jetons un nouveau regard sur l'évolution de la Fête du piment, la présence des médias envers le piment, le travail des grands chefs.

Fête du piment : elle a explosé. En deux journées, elle attire plus de 30 000 personnes. Sa réputation est nationale. Toutes les revues, les guides annoncent à l'avance la date de cette fête, immuable, le dernier dimanche d'octobre.

Médias : le ton est monté d'un cran. Dix ans auparavant, on parlait du produit « le piment d'Espelette ». Désormais, les médias parlent du village d'« Espelette, pays du piment » et annoncent « le piment d'Espelette incontournable de la cuisine basque. ». Sur France 2, le chroniqueur gastronomique Vincent Ferniot se fait le chantre du piment d'Espelette ; sur TF1, Jean-Pierre Pernaut ne manque pas une occasion de parler d'Espelette et de son piment.

Chefs : le travail de présentation et de découverte porté par Alain Dutournier porte ses fruits et désormais, le piment d'Espelette trouve sa place dans de plus en plus de grandes cuisines françaises. Deux anecdotes sont significatives de cette évolution.

Au Salon de l'agriculture 1997, André Darraidou en tant que chef de cuisine et Ramuntxo Lecuona, au nom du piment d'Espelette reçoivent une « Marianne du goût par l'association Saveurs de France ». Plusieurs chefs trois étoiles Michelin sont présents, dont Paul Bocuse et Emile Jung. A la fin du repas, André Darraidou va offrir à chacun d'eux un pot de piment d'Espelette. Quelle n'est pas sa surprise de s'entendre répondre : « Mais le piment d'Espelette je l'utilise déjà, je l'achète à... » Et chacun de ces grands chefs de citer un des producteurs du village. « Si les plus grands chefs de la cuisine française ont déjà adopté le piment d'Espelette avant même qu'il ne soit AOC, comment voudriez-vous que l'INAO n'aille pas dans la même direction ? ».

Dans l'émission de midi « Bon appétit, bien sûr ! » sur France 3, dirigée par le chef Joël Robuchon, ce dernier au moment d'assaisonner un plat, au lieu de dire « vous salez, vous poivrez », va dire : « vous salez, vous espelettez ». Consécration suprême, Espelette devient même un verbe.

En 1999, 150 échantillons sont dégustés, représentant 7 tonnes de production de poudre de piment. Cette année là, le piment d'Espelette est présent au concours agricole du Salon de l'agriculture à Paris. C'est un premier test « en blanc », afin de connaître ce concours et d'être prêt dès que l'Appellation sera obtenue. Parallèlement, la même année, le Syndicat des producteurs organise un concours de dégustation dans le cadre de la Fête du piment. Cela donne fortement l'impression que tout avance dans le bon sens.

Grâce au parcours inimaginable effectué depuis 1967, le piment a déjà fait sa réputation avant d'être reconnu officiellement. Le travail mené depuis 1993 par la jeune équipe du Syndicat des producteurs de piment d'Espelette est terminé. La décision finale doit être signée simultanément par : le Premier ministre (Lionel Jospin), le ministre de l'Agriculture et de la Pêche (Jean Glavany), le ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie (Laurent Fabius), la secrétaire d'État aux petites et moyennes entreprises (Marylise Lebranchu).

1<sup>er</sup> décembre 1999 : le Comité national des produits agro-alimentaires de l'INAO propose le passage du « piment d'Espelette » en AOC.

29 mai 2000 : le décret relatif à l'AOC pour le « piment d'Espelette » est signé.

1<sup>er</sup> juin 2000 : le décret est publié au *Journal officiel*.

Le Syndicat des producteurs choisira de fêter l'obtention de son AOC le premier jour de la Fête du piment 2000, en présence de Jean Glavany, ministre de

l'Agriculture. Joli symbole que d'unir pour ce grand événement le Syndicat des producteurs et la Fête du piment, comme le fait Maritxu Garacotche-Lecuona, présidente du Syndicat des producteurs, en s'adressant au ministre de l'Agriculture ce 28 octobre 2000 : « Tout commence aujourd'hui ! »

## 2000-2010 : la montée extraordinaire

### Des chiffres

Maritxu Garacotche-Lecuona continuera d'assurer la présidence du Syndicat des producteurs jusqu'en 2003. Elle sera suivie de trois autres présidents.

La production :

- 1965 : 500 kg à 1 tonne de poudre, 10 producteurs.
- 1995 : 3 tonnes de poudre produites, 25 producteurs.
- 1999 : 7 tonnes de poudre produites, 30 producteurs.
- 2005 : 50 tonnes de poudre produites, 90 producteurs.
- 2010 : 98 tonnes de poudre produites, 135 producteurs.

### Toujours au travail

Malgré tout, rien n'est acquis. Le travail du piment est difficile, sa production artisanale : généralement, chacun fait sa poudre. En même temps, le besoin de penser « collectif » est très important. Le produit est surtout placé dans des épiceries fines, gage de qualité. Le Syndicat des producteurs veut conserver la maîtrise de sa production, de ses prix, de son évolution.

Le travail de formation et de sensibilisation continue au sein du Syndicat : il est fait localement, en relation avec les restaurants du Pays basque (opération Toques et Piment). Une formation est assurée auprès des producteurs afin d'améliorer leur communication, leurs contacts avec la clientèle. L'organisation des dégustations est désormais menée par un organisme certificateur extérieur : le cabinet Certi-Sud. Au printemps 2010, 1 050 lots de piment ont été dégustés au cours de 70

séances. Les jurys de dégustation sont composés de producteurs, de cuisiniers, de restaurateurs, d'amateurs de piment. Le dossier de révision du cahier des charges est mis en chantier.

La vitrine du Syndicat, au centre du village d'Espelette, est animée par des cuisiniers en pleine saison. L'ouverture à l'exportation est en marche. Elle passe par une nouvelle vision de l'emballage et par un travail au point de vue phytosanitaire. De sorte que ces dix premières années euphoriques n'ont pas laissé nos producteurs dans l'expectative. 2011 devrait voir une production de 130 tonnes par 145 producteurs.

Aujourd'hui, le piment d'Espelette est devenu une véritable filière agricole. Il a ramené des jeunes à l'agriculture, et permis dans une zone soumise à une très forte pression immobilière de préserver du sol pour cette activité, donc pour l'agriculture. Il est devenu l'activité principale de nombreux producteurs. Il a relancé la vie commerciale du village d'Espelette : 25 commerces dans ce bourg de 2 000 habitants en 1980, plus d'une cinquantaine aujourd'hui. Il est une extraordinaire vitrine du Pays basque et de sa cuisine. Ecoutez tous les grands chefs qui présentent leurs recettes : le piment d'Espelette y est très souvent cité.

\*

**Saveur, notoriété, qualité, originalité, disponibilité, activité :  
un produit qui ne manque pas de piment !**