

Belgeo

Revue belge de géographie

Appels clos

2022 - 2 « La rose coupée : traceur du capitalisme contemporain » / « The cut rose: tracer of contemporary capitalism »

Editeur invité : Bernard Calas, Université Bordeaux

Montaigne, Les Afriques dans le Monde LAM, Guest editor :
Bernard Calas, Bordeaux Montaigne University, Africa in the
World LAM

« Voici plus d'une vingtaine d'années qu'émerge une préoccupation pour le matériel en tant que tel en géographie humaine... L'objet est au cœur de nos vies à toutes les étapes, c'est une pierre d'achoppement des relations intersubjectives, des rapports sociaux » (Weber, 2014, p. 5). A la suite de Cook (2004), on ne compte plus les recherches qui suivent un objet d'un bout à l'autre de la planète. Parmi ceux-ci, récemment, la rose coupée.

La rose est un artefact éminemment esthétique et hédonique, objet de passion chargé de valeurs et de symboles contradictoires qui ont fluctué selon les périodes, les espaces et les groupes sociaux (Goody, 1993). Cette « passion rosicole » s'est démocratisée au XIX^e puis au XX^e siècle en Occident puis étendue aux dimensions de la planète à mesure que les classes moyennes des pays émergents s'emparaient de ce marqueur de distinction mimétique, révélateur de leur réussite urbaine et sociale. Parallèlement, la critique de cette massification et de la standardisation esthétique qui l'accompagne a renouvelé les critères – esthétiques, génétiques et environnementaux – de la création variétale et du goût signifiant l'intensification d'une tension entre marchandisation et patrimonialisation dans le secteur rosicole.

Si elle est un construit culturel, la rose représente aussi un marché qui génère des revenus importants, ceux d'une production et d'une commercialisation à la fois massive et diversifiée, comme ceux des retombées (*royalties*) de la propriété intellectuelle (PI) de la création variétale (Certificat d'Obtention Végétale, marques).



Elle est la fleur coupée la plus vendue au monde représentant un marché annuel global de 4 milliards de US \$ et compte pour la moitié des enchères hollandaises et continue à gagner de nouveaux marchés.

La rose coupée : un objet géographique

On peut répondre à cette question par une pirouette, courte mais pas insignifiante : parce que les trois dimensions que lui donne sa matérialité l'inscrivent dans l'espace, parce que sa durée de vie en vase l'inscrit dans le temps, parce que des acteurs humains la transportent de lieux en lieux et parce qu'au long de sa vie elle change de nature : de produit, elle devient marchandise, puis accessoire décoratif ou/et don. En définitive, la rose est un objet géographique parce qu'elle matérialise une idéologie et condense des rapports sociaux, économiques et politiques.

Une façon moins lapidaire de répondre est d'abord d'envisager son empreinte cartographique. En effet, sa production comme sa consommation sont localisées en des lieux qui structurent une géographie globale. Celle-ci a été cartographiée (Calas, 2013, 2014 ; Benoit *et al.*, 2017). Ces bassins de production et de consommation sont liés par des chaînes logistiques et commerciales moins bien connues des géographes, qui pour beaucoup passent par les Pays-Bas. Par ailleurs, l'activité d'obtention réalisée par une grosse dizaine d'entreprises est principalement localisée dans les pays du Nord. L'ensemble dessine une division internationale du travail assez classique, qui fait des acteurs situés dans les pays équatoriaux d'altitude les fournisseurs, d'acteurs situés dans les pays du Nord les donneurs d'ordre, consommateurs et innovateurs. On pourrait affiner cette géographie à des échelles plus grandes et cette analyse mettrait en valeur des distinctions liées à la métropolisation, aux coûts des facteurs de production, à la distance aux nœuds de communication, aux marchés (dans l'épaisseur sémantique de ce mot). Bref, ces caractères socio-spatiaux assez classiques font de cette rose un objet géographique.

Elle l'est aussi parce que sa production et sa consommation sont le produit d'une réflexion socio-spatiale. Les obtenteurs mais aussi les producteurs parient sur les caractéristiques des milieux « écolo-nomiques » – les traduisant ce faisant en potentialités voire en aménités – pour envisager un futur aux variétés qu'ils créent et produisent. Une même variété n'a pas les mêmes caractéristiques phénotypiques, ni les mêmes comportements agronomiques ni *a fortiori* les mêmes résultats économiques en fonction des continents, des altitudes, des expositions, des exploitations, cela malgré l'artificialisation des serres. Par ailleurs, les stratégies d'investissement des entrepreneurs – par exemple la tropicalisation de la production depuis 1980 (Calas, 2011) – prennent en compte l'espace, dans sa dimension multi-échelle, depuis le confinement des serres jusqu'aux marchés mondiaux, dans la diversité des taux de change, des dynamiques de croissance, des politiques publiques, etc. Ainsi les changements des variétés (chaque année environ 1/5 des superficies sont arrachées et replantées) sont le fruit de réflexions mûries qui intègrent des paramètres socio-spatiaux multiples, complexes et souvent secrets !

Aussi s'apparente-t-elle à une *commodity*, parmi d'autres, construit de culture et de nature, condensée de valeurs, économiques comme culturelles et sociales, dont le commerce obéit à des lois, des règles, un ordre marchand. Le cadre théorique des analyses géographiques des *commodities* s'est progressivement élargi et complexifié de l'approche en termes de chaîne globale de commodité à la théorie de l'acteur réseau, en passant par l'analyse en termes de chaînes de valeurs globales ou de réseaux productifs globaux. Progressivement, ce sont la fluidité et les réajustements permanents des stratégies d'acteurs qui se trouvent mis en valeur. Au-delà, c'est le rôle de médiation joué par la fleur dans un jeu d'acteurs multi-situés



et mobiles qui est souligné par les enquêtes.

Au cœur des dynamiques du capitalisme contemporain

La rose, au carrefour des industries culturelles et de l'agro-business (Lipowestky & Serroy, 2014), offre ainsi un condensé des paradoxes du Monde contemporain. Source de prestige et de revenus, la « patri-marchandisation » traverse les chaînes de coopération de rosiers de jardins et de roses coupées qui se sont progressivement spécialisées tout en adoptant des procédures conventionnelles et contractuelles proches et connectées. Outre les obtenteurs (les créateurs de variétés), les évaluateurs des concours, les éditeurs (les introducteurs de variétés sur le marché), les diverses administrations qui enregistrent les nouvelles obtentions et en garantissent l'antériorité par les titres de la propriété intellectuelle, les producteurs aux *business plans* variés selon leur taille et le segment du marché visé, les financiers, les logisticiens (compagnies aériennes, transporteurs routiers), les commerciaux (marchés de gros et marchés au cadran, grossistes, franchisés, grande distribution, détaillants, forains), s'y côtoient également les experts, les associations de professionnels et d'amateurs, les propriétaires de jardins, les collectionneurs et les conservatoires, les divers types de consommateurs/usagers. Ces chaînes de coopération constituent « un monde social » (Becker, 1983), international depuis ses origines.

En suivant le traceur qu'est la rose coupée l'ambition est de contribuer à une géopolitique du capitalisme en articulant une observation nuancée de la division internationale du travail à l'échelle globale et une observation des mises en marché, de la consommation variétale et des usages floricoles comme marqueurs de distinction et de fragmentation à l'échelle métropolitaine. Ainsi des rosiéristes américains et français ont-ils très tôt imaginé une organisation productive qui préfigure le post fordisme en déléguant la production de roses protégées à de multiples partenaires encadrés par des contrats de licence (Veith, 2007). L'ambition est d'insister sur les effets de lieux, de coprésence et de multi-territorialité sur le développement et la construction des « petits mondes » (Zimmerman) localisés.

La description des marchés s'impose alors comme un impératif scientifique. Comment se construit et se segmente la demande ? Comment est construit le cahier des charges des obtenteurs ? Quels sont les liens entre création et production d'une part, entre création et mises sur le marché d'autre part. Les approches filières opposent classiquement des dominations aval et des dominations amont. Qu'en est-il dans le domaine de la rose coupée ? L'hypothèse du pouvoir des supermarchés (Tesco, Marks and Spencer par exemple) et des groupements de fleuristes (Montceau Fleurs) sur les producteurs (franchisés), *i.e.* de l'aval sur l'amont apparaît la plus probable mais demande évidemment à être travaillée. Au-delà encore, ce sont les liens entre offre de masse et marchés de niche, entre démocratisation et distinction qui se doivent être interrogés. Ces travaux s'intéresseront donc nécessairement aux interrelations entre les segments des chaînes de coopération.

Dont les analyses présentent des lacunes



Des africanistes français se sont intéressés au segment productif kenyan de la chaîne de valeur de la rose coupée. Ces travaux sur les délocalisations productives (Calas, 2011) et leur articulation à la métropolisation, sur la *clusterisation* kenyane

(Calas, 2013 ; Benoit *et al.*, 2017), sur le rôle de la production des fleurs dans les débats d'écologie politique kenyans (Fautras *et al.*, 2013) ont permis de mesurer l'importance des innovations, ici géographiques, l'importance des interdépendances croisées le long de la chaîne de coopération et du dialogue entre les acteurs multi-situés emblématiques de la mondialisation marchande.

Plus récemment, la rose coupée a donné lieu à des travaux importants. Après celui de Ziegler en 2007 sur la rose sud-américaine et ses marchés nord-américains, ceux de Kuiper (2019), Styles (2019), et celui à venir de Gemälitch (2021) s'intéressent à la rose coupée kenyane. En se démarquant explicitement des approches de type *Global value chain*, ce dernier insiste sur les dynamiques de marchandisation induites par « la révolution des supermarchés » dans le sillage de laquelle de grands acteurs modifient le fonctionnement classique du réseau productif global en incitant les producteurs à avoir moins recours aux enchères hollandaises. Son apport essentiel est la prise en compte du hub hollandais dans sa description de la chaîne de valeur. M. Styles (2019) réalise une monographie historique très détaillée de la région de Naivasha au Kenya, région qui produit plus de la moitié de la production kenyane et constitue le cœur du cluster est-africain de la rose coupée. Elle fait le point sur les diverses controverses éthiques, environnementales, politiques, qui ont agité de microcosme kenyan. Gerda Kuiper, à la suite des chercheur(e)s kenyan(e)s très tôt sensibles à documenter les conditions de travail des ouvrièr(e)s (Opondo, 2005) a publié sa thèse de géographie consacrée au travail dans la région de Naivasha. Une autre piste relativement balisée est l'étude de l'impact des certifications (Kuiper & Gemälitch, 2014 ; Riigaard, 2017).

Pendant, ces travaux, pour importants qu'ils soient, laissent de côté un certain nombre de points, notamment de tendances émergentes que nous aimerions voir aborder dans ce numéro.

L'émergence de nouveaux bassins de production comme en Ethiopie voire en Chine, la structuration de la chaîne logistique en proie aux défis « écolo-nomiques », les alternatives émergentes mises en place en Occident pour répondre aux critiques environnementales et éthiques, la résilience de certains bassins rosicoles comme au Japon ou en Ligurie, l'analyse des modalités d'adaptation des entrepreneurs du Sud aux critiques médiatiques à travers la mise en place d'un modèle de développement dialogique *ad hoc*, la place de l'espace et du milieu dans les stratégies d'innovations variétales des obtenteurs, l'impact des dynamiques de patrimonialisation et du capitalisme esthétique sur les entreprises, les modalités de mise en marché, etc. sont autant de lacunes à cette analyse et de piste pour les contributeurs intéressés par cet appel. Un autre aspect complètement gommé dans les études est la géographie multi-scalaire des foires horticoles, événements structurants de la chaîne de valeur globale. Les chocs comme le Brexit ou l'épidémie Covid-19 inquiètent voire déjà éprouvent les entrepreneurs rosicoles tenus de s'y adapter d'une façon encore difficile à mesurer qu'il serait intéressant de documenter. Dans quelle mesure la conjoncture pèse-t-elle sur la structure de cette activité en apparence non essentielle ? Enfin, un des angles morts de la recherche concerne les usages et la consommation. On sait que le marché est très soutenu par les fêtes calendaires, le marché de la mort et de la reproduction, mais au-delà peu de certitudes.

Au-delà des enjeux circonscrits au secteur de la rose, son analyse peut être le prétexte à une montée en généralité susceptible de « désenchanter » le fonctionnement paradoxal, hybride du Monde contemporain.

Les articles sont attendus pour le 31 mai 2021. Ils doivent être envoyés à la rédaction de Belgeo, cvdmotte@ulb.ac.be, avec une copie à Bernard Calas (Bernard.Calas@u-bordeaux-montaigne.fr).



“The cut rose: tracer of contemporary capitalism”

“A concern for the material as such in human geography has been emerging for more than two decades ... The object is at the heart of our lives at all stages, it is a stumbling block to intersubjective relationships, to social relations” (Weber, 2014, p. 5). Following Cook (2004), there is no longer a single piece of research following an object from one end of the planet to the other. Among them, recently, the cut rose.

The rose is an eminently aesthetic and hedonic artefact, an object of passion charged with contradictory values and symbols that have fluctuated according to periods, spaces and social groups (Goody, 1993). This “rosicultural passion” was democratized in the 19th and 20th centuries in the West and then extended to the dimensions of the planet as the middle classes of emerging countries took hold of this mimetic marker of distinction, revealing their urban and social success. At the same time, criticism of this massification and the aesthetic standardization that accompanies it has renewed the criteria – aesthetic, genetic and environmental – of varietal creation and taste.

If it is a cultural construct, the rose also represents a market that generates significant revenues, both from massive and diversified production and marketing, as well as from the benefits (royalties) of the intellectual property (IP) of the variety creation (Plant Breeders’ Rights, trademarks). It is the most sold cut flower in the world representing a global annual market of US\$ 4 billion and accounts for half of the Dutch auctions and continues to win new markets.

The cut rose: a geographical object?

This question can be answered with a pirouette, short but not insignificant: because the three dimensions given to it by its materiality inscribe it in space, because its vase life inscribes it in time, because human actors transport it from place to place and because throughout its life it changes its nature: from product, it becomes merchandise, then decorative accessory or/and gift. Ultimately, the rose is a geographical object because at each stage of its life and in the continuity of its life, it materializes an ideology.

A less lapidary way of responding is to first consider its cartographic imprint. Indeed, its production as well as its consumption are located in places that structure a global geography. This has been mapped (Calas, 2013 ; Benoit *et al.*, 2017). These basins of production and consumption are linked by logistic and commercial chains that are less well known to geographers, many of which pass through the Netherlands. In addition, the activity of production carried out by a large number of companies is mainly located in the Northern countries. The whole draws a rather classical international division of labour, which makes actors located in equatorial countries the suppliers, actors located in Northern countries the principals, consumers and innovators. We could refine this geography on larger scales and this analysis would highlight distinctions related to metropolization, the costs of factors of production, the distance to communication nodes, and markets (in the semantic thickness of this word). In short, these fairly classic social-spatial characteristics make this rose a geographical object.

It is also so because its production and consumption are the product of a socio-spatial reflection. Breeders and producers alike are betting on the characteristics of the “eco-economic” environment – transforming them into potentialities and even amenities – to envisage a future for the varieties they create and produce. The same variety does not have the same phenotypic characteristics, nor the same agronomic



behaviour, nor a fortiori the same economic results according to continents, altitudes, exposures, farms, despite the artificialization of greenhouses. Moreover, the investment strategies of entrepreneurs – for example the tropicalization of production since 1980 (Calas, 2011) – take into account the space, in its multi-scalar dimension, from the confinement of greenhouses to world markets, in the diversity of exchange rates, growth dynamics, public policies, etc.. Thus changes in varieties (each year about 1/5 of the cultivated area is uprooted and replanted) are the result of mature reflection that integrates multiple, complex and often secret socio-spatial parameters!

It is therefore similar to a commodity, among others, built of culture and nature, condensed of values, economic as well as cultural and social, whose trade obeys laws, rules, a market order. The theoretical framework of geographical analyses of commodities has gradually become broader and more complex: Global Commodity Chain, Global Value Chain, Global Production Network, Actor Network Theory. Gradually, it is the fluidity and the permanent reorganisation of the strategies of the actors that are being highlighted. Beyond that, it is the mediation role played by the flower in a multi-situated and mobile game of actors that is underlined by the geographical surveys.

At the heart of the dynamics of contemporary capitalism

The rose, at the crossroads of cultural industries and agribusiness (Lipowestky & Serroy, 2014), thus offers a summary of the paradoxes of the contemporary world. A source of prestige and income, “patri-merchandising” crosses the chains of cooperation of garden roses and cut roses, which have gradually specialized while adopting conventional and contractual procedures that are close and connected. In addition to breeders (creators of varieties), competition evaluators, publishers (those who introduce varieties to the market), the various administrations that register new varieties and guarantee their anteriority by means of intellectual property titles, growers with business plans that vary according to their size and the segment of the target market, financiers, logisticians (airlines, road carriers), sales people (wholesale markets and dial markets, wholesalers, franchisees, supermarkets, retailers, fairgrounds), also come together with experts, professional and amateur associations, garden owners, collectors and conservatories, and various types of consumers/users. These chains of cooperation constitute “a social world” (Becker 1983), international since its origins.

By following the tracer that is the cut rose, the ambition is to participate in drawing a geopolitics of capitalism by articulating a nuanced observation of the international division of labor on a global scale and an observation of marketing, varietal consumption and floricultural uses as markers of distinction and fragmentation on a metropolitan scale. Thus, American and French rose growers very early on imagined a productive organization that prefigured post-Fordism by delegating the production of protected roses to multiple partners under licensing agreements (Veith, 2007). The ambition is to insist on the effects of place, co-presence and multi-territoriality on the development and construction of localized “small worlds” (Zimmerman).

The description of markets is a scientific imperative (Dumez, 2015). How is demand constructed and segmented? How are the breeders’ specifications constructed? What are the links between creation and production on the one hand, and between creation and marketing on the other? The commodity chain approaches traditionally oppose downstream and upstream dominance. What is the situation in the field of the rose, both in the garden and in the bouquet? The hypothesis of the power of supermarkets (Tesco, Marks and Spencer, for example) and florist groups



(Montceau Fleurs) over producers (franchisees), i.e. from downstream to upstream, seems probable, but needs to be worked on. Beyond that, the links between mass supply and niche markets, between democratization and distinction must be questioned.

Gaps in knowledge

Some French africanists were interested in the Kenyan productive segment of the cut rose value chain. This work on the relocation of production (Calas, 2011) and its articulation with metropolization (Tamru), on Kenyan clustering (Calas, 2011, 2013 ; Calas, 2014, Benoit *et al.*, 2017), on the role of flower production in Kenyan political ecology debates (Fautras *et al.*, 2013) have made it possible to measure the importance of innovations, here geographical, the importance of cross-interdependencies along the chain of cooperation and dialogue between the multi-situated actors emblematic of market globalization.

More recently, the cut rose has given rise to important work. After that of Ziegler in 2007 on the South American rose and its North American markets, those of Kuiper (2019), Styles (2019), and the upcoming Gemälitch (2021) are interested in the Kenyan cut rose. By explicitly distinguishing itself from Global Value Chain-type approaches, the latter insists on the merchandising dynamics induced by the “supermarket revolution” in the wake of which major players are modifying the classic functioning of the global production network by encouraging players to make less use of Dutch auctions than before. Its essential contribution is the inclusion of the Dutch hub in its description of the value chain. M. Styles (2019) is producing a very detailed historical monograph of the Naivasha region in Kenya, a region that produces half of Kenya’s cut roses and is the heart of the East African cut rose cluster. It takes stock of the various ethical, environmental and political controversies that have stirred up the Kenyan microcosm. Gerda Kuiper, following Kenyan researchers who were very early sensitive to documenting the working conditions of workers (Opondo, 2005), published her geography thesis on work in the Naivasha region. Another relatively well-defined field is the study of the impact of certifications (Rijgaard).

However, this work, important as it is, leaves aside a number of points, including emerging trends that we would like to see addressed in this issue.

The emergence of new production basins such as in Ethiopia or even China, the structuring of the supply chain which is prey to “economic” challenges, the emerging alternatives set up in the West to respond to environmental and ethical criticisms, the resilience of certain rose-growing basins, analysis of the ways in which entrepreneurs in the South adapt to media criticism through the implementation of an ad hoc dialogical development model, the place of space and environment in breeders’ varietal innovation strategies, the impact of heritage dynamics and aesthetic capitalism on companies, marketing methods, etc. are as many possible avenues for contributors interested in this call. Another aspect that has been completely erased in the studies is the multi-scalar geography of horticultural fairs, structuring events of the global value chain. Shocks such as the Brexit or the Covid-19 epidemic test rose-growing entrepreneurs who have to adapt to them in a way that is difficult to measure and which it would be interesting to document. To what extent does the economic situation weigh on the structure of this seemingly non-essential activity? Finally, one of the blind spots in research concerns uses and consumption. We know that the market is very sustained by calendar celebrations, the market of death and reproduction, but beyond that few certainties lie.



Papers are expected before May 31, 2021. They have to be sent to the

editor of *Belgeo* (cvdmotte@ulb.ac.be), with a copy to Bernard Calas (Bernard.Calas@u-bordeaux-montaigne.fr).

Bibliographie / References

BECKER H.S. (1983), « Mondes de l'art et types sociaux » *Sociologie du travail*, 25, 4, pp. 404-417.

BENOIT L., CALAS B., RACAUD S., BALLESTA O. & DREVET-DEMETTRE L. (2017), « Roses d'Afrique, roses du monde », *Géoconfluence*, 10 p., <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/afrique-dynamiques-regionales/corpus-documentaire/roses-afrique-mondialisation> (traduction de l'allemand « Rosen aus Afrika, Rosen der Welt »).

BURCH D. & LAWRENCE G. (eds.) (2007), *Supermarkets and agri-food supply chains. Transformations in the production and consumption of foods*, Northampton, E. Elgar.

CALAS B. (2011), « La rose coupée entre tropiques, hors-sol et mondialisation », in BART F. (dir.), *Natures tropicales, Actes des XIIIe journées de géographie tropicale*, Presses Universitaires de Bordeaux, pp. 239-252.

CALAS B. (2013), « Mondialisation, clusterisation et recyclage colonial : Naivasha laboratoire du Kenya émergent », *EchoGéo*, 26.

CALAS B. (2013), « La rose mondialisée », *Carto*, 17, pp. 41-44, <http://echogeo.revues.org/docannexe/image/13586/img-1.jpg>.

CALAS B. (2014), « Le marché florissant de la rose », in BAUTZMANN A. (dir.), *Atlas géopolitique mondial*, pp. 174-177.

COOK I. et al. (2004), "Follow the thing: Papaya", *Antipode A Radical Journal of Geography*.

FAUTRAS M., MAUCLAIRE M., VEITH B., BLANCHON D. & CALAS B. (2013), « Objets transactionnels, environnement, territorialisations et développement en post-colonie : les poissons et les roses du lac Naivasha au Kenya », in CHARLERY B. (dir.), *Les territorialités rurales du Sud en question*, Presses Universitaires du Mirail, pp. 271-284.

GOODY J. (1993), *The culture of flowers*, Cambridge University Press.

KUIPER G. & GEMALICH A. (2017), "Sustainability and Depoliticisation. Certifications in the Cut-Flower Industry at Lake Naivasha, Kenya", *Africa Spectrum*, 52, 3, pp. 31-53.

KUIPER G. (2019), *Agro-Industrial Labour in Kenya Cut Flower Farms and Migrant Workers' settlements*, Palgrave, Macmillan.

LIPIWESTKY G. & SERROY J. (2014), *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard.

RIIGAARD L. (2009), "Global value chains, labor organization and private social standards : lessons from East African cut flower industries", *World Development*, 37, 2, pp. 326-240.

ROUILLE G., BLANCHON D., CALAS B. & TEMPLE-BOYER E. (2016), « Environnement, écologisation du politique et territorialisations », *L'Espace géographique*, 44, 2, pp. 131-146 (traduction en anglais).

STYLES M. (2019), *Roses from Kenya Labor, Environment and the Global Trade in Cut Flowers*, Washington University Press.

WEBER S. (2014), « Le retour du matériel en géographie : travailler avec les objets. Une introduction », *Géographie et cultures*, 91/92.

ZIEGLER C. (2007), *Favored Flowers Culture and Economy in a Global System*, Duke.

ZIMMERMANN J.-B. (2002), « "Grappes d'entreprises" et "petits mondes". Une



affaire de proximités », *Revue économique*, 53, 3.

