

## Le Rôle du Vin dans la Culture Française et le cas spécifique du vin de Bourgogne et du Languedoc Roussillon

**l'Abstract:** Ce mémoire est une exploration de la production et l'intégration du vin comme élément qui contribue à façonner la culture française. Nous allons définir les détails de l'élaboration du vin dans les deux régions, Bourgogne et Languedoc Roussillon et tenter de mesurer l'intégration du vin dans la société française. Pour cela faire, nous allons identifier les cépages spécifiques qui sont considérés les spécialités des deux régions et déterminer leur rôle dans ces deux cultures régionales. Ensuite, nous allons analyser comment les deux régions traitent le vin et leur vision du vin. De même, nous allons considérer l'économie du vin en termes de production, prix, et consommation. Enfin, nous proposons une analyse des différences dans la production du vin et l'intégration sociale entre les régions de Bourgogne et Languedoc Roussillon- et l'impact de ces différences dans leurs cultures et leurs habitudes sociales. Cette analyse révélera enfin que le vin n'est pas seulement un réflexion, mais plutôt, une caractéristique définissante de la culture française.

### La Mémoire

Le vin, dans sa forme la plus simple, est simplement le jus de raisin fermenté, mais cette boisson a déterminé les cultures, les économies, les métiers, les conversations, et le rire. Chaque culture qui existe dans ce monde a un point de vue différent. Il n'y a pas de doute que la France est le centre de la culture pour le vin et l'industrie du vin. En effet, l'industrie du vin français date des milliers d'années d'histoire et cela est particulièrement évident dans chaque région spécifique qui est dédiée au vin en France. Le système régional est vraiment complexe avec les sous-régions et ses appellations, mais le système en général entretient la production du vin, et l'intégration du vin dans la société française. Même si chaque région viticole est célébrée pour les manières distinctes de cultiver du raisin dans la production du vin, il y a aussi des spécialités qui ont un large champ des cépages spécifiques, le processus de la fermentation ou les terres et les terroirs spécifiques pour nommer deux ou trois. Ces spécialités jouent un rôle spécifique et sont traités avec des habitudes culturelles spécifiques à chaque région. Bien que la France ait une économie basée autour du vin, chaque région viticole en France fournit les méthodes différentes dans la production et la consommation. Pour mieux comprendre ce concept, il est nécessaire d'observer les différences clés entre les deux régions du vin de Bourgogne et Languedoc Roussillon en France. Elles travaillent ensemble pour contribuer à l'économie dans son ensemble, mais elles entretiennent des habitudes régionales complètement différentes concernant la production, la consommation, et l'intégration sociale du vin.

Ce mémoire proposera donc une analyse des différences dans la production du vin et l'intégration sociale entre les régions de Bourgogne et Languedoc Roussillon et l'impact de ces différences dans leurs cultures et habitudes sociales. Cette analyse révélera enfin que le vin n'est pas seulement une réflexion, mais plutôt, une caractéristique définissante de la culture française.

Nous avons, au centre l'est de France, le célèbre Bourgogne et, au sud-est de la France, nous avons la massive région de Languedoc-Roussillon (qui est, en réalité, deux régions combiné: Languedoc et Roussillon). Les premières vignes dans la région Languedoc-Roussillon ont été cultivées vers l'an 500 av J-C. Elles étaient importées de l'Asie par les Phéniciens et les Grecs par le port de Marseille. Cependant, les vignobles et les vins de cette région n'étaient pas connus avant que ceux de la région de Bourgogne soient devenus célèbres... au moins plusieurs centaines d'années après ces premières vignes cultivées près du port de Marseille. La raison par laquelle la Bourgogne était plus connue que le Languedoc-Roussillon à l'époque, était grâce à la route du Rhône à partir de Bourgogne qui permettait les exportations du vin jusqu'à 1670 avec l'ouverture du port de Sète, qui formait une connexion à partir de la Garonne à la Méditerranée. Avec l'accès aux nouveaux terroirs en France pour l'échange commercial, le Languedoc-Roussillon se développait notamment grâce aux vins de table de petits propriétaires. De l'autre côté, en Bourgogne les monastères et les grandes abbayes étaient des fabricants (par les moines) de vin et le vendaient jusqu'après la révolution à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. En effet, Il y avait un démantèlement des propriétaires (provoqué par la Révolution) des vignobles de Bourgogne. Ils étaient désormais partagés par les liens familiaux et, ils vendaient et échangeaient le vin par les *négociants*, qui ont commencé l'échange avec certains pays des frontières de la France comme la Belgique. En effet, «De nos jours, ce morcellement constitue l'une des caractéristiques du vignoble bourguignon.»<sup>1</sup> Comme les deux régions se développaient, elles faisaient face aux mêmes problèmes, mais elles avaient trouvé des solutions complètement différentes. Le plus grand problème était le phénomène de l'invasion du phylloxéra. Les deux régions souffraient des intenses pertes à cause de l'insect, quasi microscopique, qui avait détruit entièrement la

---

<sup>1</sup> Pilot, Sylvain, and Jean-Charles Servant. *Les Vins De Bourgogne*. 15th ed. N.p.: Collection Pierre Poupon, 2014. Print.

cultivation possible des vignes (Ils mangent les racines et les feuilles de la plante). Ils ont découvert que certaines vignes américaines étaient résistantes aux morsures des phylloxéras, donc, la solution consistait à l'utilisation de ces vignes américaines spécifiques. Bourgogne a maintenu sa réputation au cours de l'invasion pour quelques années. En revanche, Languedoc-Roussillon a perdu un bon nombre de vignes et sa qualité est devenue inférieure car leur cible est devenu de plus grandes productions pour un moindre prix. Cependant, les viticulteurs ont expérimenté avec plusieurs solutions (comme les injections ou les submersions des vignes dans l'eau en hiver) qui n'ont pas réussi, mais qui ont commencé une habitude d'expérimentation autour du Languedoc-Roussillon, toujours présente aujourd'hui. En effet, ils ont expérimenté avec les différentes techniques et cépages alors qu'en Bourgogne on pratique non seulement la cultivation du vin traditionnel, mais aussi ils célèbrent la riche histoire et la qualité du vin en Bourgogne. Même-encore, le Bourgogne a La Confrérie des Chevaliers du Tastevin dont le «but (est) la mise en valeur des produits de la Bourgogne, particulièrement de ses grands vins et de sa cuisine régionale, le maintien et le rétablissement des fêtes, coutumes et traditions du folklore bourguignon, le développement du tourisme en Bourgogne.»<sup>2</sup>

Actuellement, le Languedoc-Roussillon est la région de vin la plus grande en France et la Bourgogne est la région de vin qui fournit les bouteilles les plus chères de vin grâce à leur qualité supérieure.

Bien que toutes les régions viticoles en France fonctionnent séparément, avec les règlements spécifiques aux régions, le gouvernement de la France exige la réglementation pour l'intégralité de l'industrie du vin. Donc, le gouvernement français a créé l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO). «Les autorités françaises ont souhaité créer un organisme capable de définir des règles vinicoles précises et contrôler les vins et vignobles candidats à l'appellation d'origine contrôlée»<sup>3</sup>. L'Appellation d'origine Protégée (AOP) et l'Appellation d'origine contrôlée (AOC) identifient un produit agricole, et ils ont commencé avec le vin. L'AOP

---

<sup>2</sup> Concept, Digital. "La Confrérie des Chevaliers du Tastevin - Vins de Bourgogne Tastevinés." *La Confrérie des Chevaliers du Tastevin - Vins de Bourgogne Tastevinés*. La Confrérie des Chevaliers du Tastevin, n.d. Web. 02 Apr. 2017. <<http://www.tastevin-bourgogne.com/fr/>> .

<sup>3</sup> "Une brève histoire du vin en France et Les Réglementations." *Histoire des vins de France et réglementation des appellations*. N.p., 06 Oct. 2007. Web. 10 Apr. 2017. <http://www.vinsdegarde.com/Vins-France-Appellations.php>

identifie un vin par terroir spécifiquement groupé par une région géographique déterminée. Il désigne, notamment, un vin qui est produit avec un certain savoir-faire dans les étapes principales de la production. L'AOC doit répondre aux mêmes critères que l'AOP en cas de la production, mais il n'a pas la même réputation de qualité que l'AOP. Effectivement, selon l'INAO, «C'est la *notion de terroir* qui fonde le concept des Appellations d'origine»<sup>4</sup> et, les appellations indiquent directement l'origine du vin et, donc la qualité associée au Châteaux spécifique. Donc, ces classifications aident les consommateurs de vin à choisir le meilleur vin pour n'importe quelle occasion. Cependant, plus important, l'assurance de la qualité par les appellations montrent les acheteurs un choix clair dans leur sélection pour bien accorder mets et vin. A Bourgogne, les vins qui sont les plus connus sont de l'AOP que l'AOC, tandis qu'au Languedoc-Roussillon c'est le contraire.

La qualité— ou l'absence de qualité — commence sur la vigne, mais les techniques de production restent essentielles à la qualité aussi. Avant la vendange et la fermentation, la vigne doit grandir, mais pour gagner un beau raisin, il faut trouver le beau terroir: à Bourgogne, le terroir est le roi. Le concept du terroir est, dans sa forme la plus simple, l'influence du mélange du climat géographique et le sol sur les vignes. Les connaisseurs du vin connaissent les vins de Bourgogne par le terroir du château. Par exemple, le terroir de la Romanée-Conti est l'un des domaines de vin les plus célèbres au monde parce que leur terroir produit les raisins extraordinaires (ils vendent aussi les bouteilles pour un prix approximatif de 10 000 euros). Évidemment, ce n'est pas seulement le terroir qui fabrique le vin supérieur, la technique de vendange a un rôle dans la qualité. Pour la plupart, les méthodes des vendanges sont traditionnelles sans l'emploi de machinerie. Ils préfèrent la cultivation des raisins par la main, avec l'aide des chevaux parce qu'une presse peut endommager quelques raisins pendant le processus par exemple. Ce rituel traditionnel s'ajoute à la perception publique sur sa qualité. Cependant, cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas de vigneron qui préfèrent d'autres techniques modernes pour le vendange. Le processus de la fermentation commence après au moins trois étapes principales: le vendange, le pressant et, la filtration, mais ces étapes varient selon le Châteaux, la saison, ou même, le cépage. Donc, il n'y a pas un vin qui existe qui a le

---

<sup>4</sup> Actimage. "Appellation d'origine protégée - Appellation d'origine contrôlée." *L'Institut National des Appellations d'Origine*. L'Institut National des Appellations d'Origine, 2105. Web. 10 Apr. 2017.

même goût exactement n'importe où dans le monde. C'est une raison pour laquelle chaque millésime (l'année de cultivation, fermentation, et mise en bouteille) a une connotation négative ou positive selon les conditions de terroir et production. À Bourgogne, il y a la spécialité de Chardonnay (plus d'information des spécialités plus tard) qui est connu quasi partout, mais pourquoi est-le Chardonnay de Bourgogne tellement célébré— la fermentation malolactique. Simplement, la fermentation malolactique utilise l'acide lactique plutôt que la levure, résultant d'une fermentation sans alcool (l'acide lactique est ajouté après une fermentation initiale). Le goût résultant est riche en arôme de beurre en Chardonnay. Les consommateurs du vin se rendent compte que l'odeur de beurre indique cette fermentation, et l'artisan du vin de Bourgogne. Donc il est une marque de fabrique connue et recherchée. Sans les techniques spécifiques de la production à Bourgogne, leur réputation n'existerait pas. Sans leur réputation de qualité, les occasions comme la dégustation, les fêtes et, les gastronomies, n'auraient pas la belle sélection pour eux. Ce qui ne veut pas dire que le vin de qualité est le seul vin qui est recherché

Le type de production à Languedoc-Roussillon est différent. Ici, la production se centre sur l'efficacité et la quantité de produit. Les grandes propriétés sont toujours en train d'expérimenter avec les techniques de cultivation (comme l'utilisation des nombreux différents cépages (quelquefois un mélange des cépages), hybrides et, techniques d'élagage et palisser). Au contraire de Bourgogne, les vendanges sont effectués avec les techniques plus modernes et rapides: ici, les chevaux et le vendange par la main sont plus rares avec la préférence des appareils de vendange. Les machines aide avec les hautes récoltes et les chiffres d'affaires. Ensuite, les techniques de fermentation utilisées ont une grande variante, légèrement contraire à celles de Bourgogne. Au Languedoc-Roussillon, nous voyons l'expérimentation des conditions de la fermentation aussi (comme la fabrication du vin (utilisant quelques cépages plus rares) avec de hauts niveaux d'alcool. En effet, la nouvelle technologie de la région avait été implémentée à travers l'industrie d'oenologie française. Malgré, les problèmes reconnus avec la qualité du vin, les consommateurs continuent de l'acheter pour la polyvalence (et le meilleur

prix) du vin du Languedoc Roussillon. Cependant, sans la demande par les consommateurs pour ce type du vin, la production n'existerait pas.

L'économie du vin française, est évidemment, globale, mais il existe une économie dans chaque région du vin en France aussi. Particulièrement, l'économie de Bourgogne est bien lancée grâce à sa réputation de qualité. C'est bien connu que le vin à Bourgogne est le plus cher en France, mais leur ventes font les grandes chiffres d'affaires--pourquoi? L'économie de Bourgogne connecte directement avec la culture française. A Bourgogne la gastronomie offre une grande sélection de vin pour accorder mets et vins, mais ce n'est pas le client qui doit être le spécialiste pour choisir le vin: c'est le rôle du sommelier qui conseille les clients pour cette décision. Voici un exemple de l'une des occupations associés avec le vin (il y a 558 000 occupations de travail associé avec le vin en France<sup>5</sup>). Les occupations du vin comme un sommelier à Bourgogne, familiarisent le public et leur donnent l'opportunité d'apprendre et apercevoir le vin sans avoir une éducation formelle. Donc, il s'agit d'un lien qui va de l'amateur au connaisseur. D'ailleurs, le tourisme à Bourgogne amène les touristes pour cette raison seulement aussi. L'économie de Bourgogne n'amène pas juste le commerce, mais aussi l'intérêt sociale de partager la reconnaissance des vins de Bourgogne avec n'importe qui. Lorsque cette reconnaissance particulière devient célèbre, de plus en plus des connaisseurs naissent[Office 1]. Comme ce phénomène se développe, la culture de Bourgogne est plus définie pour attirer plus de commerce. Cependant, il faut noter que la Bourgogne offre aussi des vins qui n'ont pas l'étiquetage supérieur comme « Premier grand cru » et, en effet, le plus de chiffres d'affaires viennent de ces vins-là, mais c'est la notion de la qualité célèbre de ces vins de Bourgogne qui attire les consommateurs dans un premier temps.

Le Languedoc-Roussillon, deux régions combinés, c'est la plus grande région en termes de géographiques et, pour cette raison, il peut produire, plus efficacement et plus quantitativement, de nombreux types de vins et des cépages. Contrairement à Bourgogne, l'économie ici est centrée sur toutes les options que les œnologues fournissent. Aussi, ces vins sont typiquement *les vins de la table*. Les vins de la table ne sont pas

---

<sup>5</sup> "Chiffres clés de la filière vin." *Vin et Société*. GAYA- La Nouvelle Agence, n.d. Web. 28 Mar. 2017.

particuliers d'une certaine cuisine. Ils peuvent accorder mets et vins avec beaucoup de repas. Donc, le consommateur a la capacité de choisir sans la peur de ne pas savoir. Certes, il existe la gastronomie avec les sommeliers, mais ce n'est pas comme à Bourgogne. La variété d'options attirent le commerce. Cependant, le Languedoc-Roussillon capitalise sur ce concept avec les ventes domestiques. La France est la plus grand consommateur des vins de Languedoc-Roussillon (85% des ventes)<sup>6</sup>. Suivre tel une demande, nous trouvons que le Languedoc-Roussillon ont plus que juste les propriétaires qui fabriquent le vin. En effet, 80% des viticulteurs soit une part des coopératives ou ils vendent avec les négociants.<sup>7</sup> Les coopératives sont le "centre vinificateur ou cave possédés et gérés en commun par un groupement de viticulteurs"<sup>8</sup> et, les négociants sont d'une l'intermédiaires qui assemblent les vins avec un choix précieux pour le présenter aux consommateurs dans une marche ou marchand de vin. Donc, il y a plus d'une collective chaîne de production en général. Ainsi, la collectivité est montrée en cette région particulièrement. Le vin ici est pour partager avec votre famille ou vos amis. Plus encore, la diversité parmi les vins de cette région est célébré parce que la culture, en général, est diverse en soi-même dans le sud de la France. Pourtant, il y a toujours le concept que Languedoc-Roussillon a le moins cher prix du vin comparé d'autres régions. Ce prix est attractif aux jeunes qui voudrait boire le vin sans le propre «savoir-vivre» du vin et, quelques villes ont une population très jeune avec beaucoup d'étudiants (le numéro d'étudiants de Montpellier représentent vers 30% de la population de la ville par exemple<sup>9</sup>).

Les spécialités de Bourgogne sont situés avec quatre cépages principes : Le chardonnay (qui occupe 46% du vignoble bourguignon), Le pinot noir (36% du vignoble), et l'aligoté et le gamay faire la reste<sup>10</sup>. Le chardonnay est la plus grande spécialité ici depuis longtemps. Effectivement, «de chablis à pouilly-fuissé en passant par meursault, c'est lui [le chardonnay] qui donne naissance aux vins blancs de Bourgogne les plus

---

<sup>6</sup> Berry, Liz. *Wines of Languedoc-Roussillon: World's Largest Vineyard*. N.p.: Ebury Press, 1992. Print.

<sup>7</sup> (voir 6)

<sup>8</sup> "Coopératives." *Dico du vin, le dictionnaire du vin*. Dico du Vin, 04 May 2011. Web. 03 May 2017.

<http://www.dico-du-vin.com/cooperatives/>

<sup>9</sup> "Résidences étudiants à montpellier." *Nexity*. Nexity Studea, n.d. Web. 02 May 2017.

<http://www.nexity-studea.com/residences-etudiantes/montpellier/34.html?xts=520412>

<sup>10</sup> Les vins de Bourgogne, Vincent Lesage

prestigieux».<sup>11</sup> Le pinot noir est moins connu, mais encore très célèbre. Il est difficile enlever, encore moins transformer au vin, mais les œnologues gagnent des belles arômes et goûts et naturellement des grosses ventes, «le pinot noir est une vraie diva mais quand le rideau se lève, le récital peut être inoubliable». L'aligoté est réservé particulièrement pour un apéritif léger tant que le gamay apparaît plus comme le pinot noir. Cependant, le gamay a été cultivé depuis le moyen-âge. C'est la raison pour laquelle c'est encore une spécialité. Chacun s'agit un rôle différent, mais ils travaillent ensemble pour créer la culture du vin prestigieux que la Bourgogne garde. En effet, c'est vraiment possible que chaque cépage peut être utilisé pour chaque étage d'un repas : l'apéritif d'aligoté avec les entrées, le chardonnay ou le pinot noir avec les plats principaux, et peut-être le gamay avec certains fromages. En réalité on peut choisir le vin qu'on préfère pour un repas, mais la Bourgogne le fait facile chercher tous les vins qui sont nécessaires pour un repas et les consommateurs connaissent-les. Une bonne exemple d'un repas de spécialités de la Bourgogne et le célèbre Boeuf Bourguignon. Avec cette spéciale plat, met accords et vins avec un pinot noir de la Bourgogne pour formuler parfaitement le repas.

Le mot «spécialité» pour la région de Languedoc-Roussillon fait référence plus aux cuisines. Il y a quelques spiritueux qui sont connus comme une spécialité, mais pas vraiment du vin. Cependant il y a les cépages particuliers qui sont cultivés principalement dans cette région. Pour les rouges : le Carignan, Cinsault, Grenache, Syrah, Mourvèdre, cabernet sauvignon et merlot s'imposent. Pour les blancs : Macabeu, Clairette, Roussanne, Marsanne, Ugni blanc, Bourboulenc, Viognier et Chardonnay sont les principales<sup>12</sup>. Depuis l'intégration du chardonnay dans cette région, il est devenu le plus grand cépage qui est utilisé dans la production et le plus grand consommé. Pourtant, il n'a pas la réputation de la Bourgogne. Même encore, il a assez de ventes pour continuer avec son existence. Même si, le chardonnay a le plus grand rôle (en termes de spécialités régionales) pour les deux régions, Languedoc-Roussillon incorpore une variété que la Bourgogne ne fabrique pas : le rosé. Le rosé ajoute un caractère frais à la culture et il est normalement facile à boire. Les rosés

---

<sup>11</sup> (voir 9)

<sup>12</sup> "Languedoc Roussillon Wine Making French Wine Guide." *French\_wine\_guide*. Terroir France, 2014. Web. 03 May 2017. [http://www.terroir-france.com/wine/lr\\_winemaking.htm](http://www.terroir-france.com/wine/lr_winemaking.htm)

importants au Languedoc-Roussillon sont fabriqués dans plusieurs façons souvent avec le base d'un cépage rouge. Avec toutes les méthodes de production ici l'expérimentation réside. L'expérimentation et particulièrement la diversité des cépages offrent aux consommateurs n'importe quel vin pour n'importe quelle occasion à table. Ces spécialités, pour la plupart, sont les vins de table, mais c'est exactement cette raison pour laquelle le languedoc-Roussillon attire un public divers.

Plus que les spécialités de chaque région, l'intégration sociale du vin est manifestée par l'amour publique du vin. A Bourgogne, il existe La Confrérie des Chevaliers du Tastevin. Ils ont formulé depuis 1934. Désormais, ils essaient améliorer constamment la qualité des vins de la Bourgogne. Cette organisation été créé pour célébrer le vin. Il y a 12 000 membres d'autour le monde (est l'adhésion est très étroit). Ils font une grande fête du vin escorté par une belle repas. En effet, « elle est à l'origine de la fête de la Saint-Vincent tournante, du Tastevinage ou de la restauration du Château du Clos de Vougeot.» Ils ont une parade pour cette occasion.. Le dîner (avec 500 membres candidats particulièrement sélectionnés) ont les meilleur vins parfaitement accordés mets et vins. Ils forment une prestigieuse culture du vin à Bourgogne par ces célébrations vivantes, mais l'amour du vin est tellement fort parmi les habitants ici qu'il est absolument nécessaire de le reconnaître.

A Languedoc-Roussillon, l'histoire est différente. Comme Bourgogne, il y a les fêtes du vin, mais, elles ont différentes attentes. Par exemple, dans la ville de Montpellier, il y a chaque année *La Fête des Vignes*. C'est une fête qui dure trois jours. Les deux premiers jours sont réservés pour l'exploration de la reconnaissance du vin. Pendant cette partie, les amateurs achètent une entrée ensuite ils reçoivent un verre à vin à utiliser pour trois dégustations (et un coupon pour une bouteille!), mais les ressources sont grandes, «Également : bar à vins, conseils œnologiques, ateliers, jeux, fanfare,...»<sup>13</sup> Ici les amateurs et les expertes coïncident avec le but de créer une «ambiance festive» autour de l'art et de la science qui forment une culture du vin dont tout le monde peut participer. En effet, le troisième jour de la fête à Montpellier se présente sur l'Esplanade Charles-de-Gaulle juste

---

<sup>13</sup> "Fête des Vignes." *Montpellier Méditerranée Métropole*. Montpellier Méditerrané Métropole, 09 Nov. 2016. Web. 03 May 2017.

<http://www.montpellier3m.fr/vivre-tourisme-traditions-festivites-et-terroir/fete-des-vignes>

à côté du plus grand carrefour de la ville (Le Place de la Comédie). Car cette endroit est toujours plein de monde, le grande marché avec tous les spectacles (lesquels sont leur petits «caves»des vigneronns et viticulteurs ou ils se consacrent à, «partager leur passion et leur savoir-faire avec les visiteurs, les initier au goût et révéler la richesse comme la diversité des différents crus.» et bien plus. Évidemment, Montpellier n'est pas la seule ville qui célèbre le vin avec une fête. Il y a le *Féria des Vendanges* à Nîmes, le *Fête des vins primeurs* à Perpignan, le *Vivez l'expérience des vendanges* Narbonne à nommer certains.<sup>14</sup>

En France, le vin est une boisson qui n'est pas utilisée pour se saouler. Elle représente la passion des viticulteurs et écologistes ainsi que les valeurs, intérêts et l'amour publique de nombreux usages de vin. Cette connexion entre les Français et le vin est tellement forte, que le vin est considéré une vrai partie d'un repas aussi bien pour le boire que pour le cuisiner. Il existe une grande totalité des plats qui est faite avec le vin, et quelques recettes demande des millésimes spécifiques pour faire un jus ou une sauce pour les viandes par exemple. En plus, afin de chercher les millésimes spécifiques, les nouvelles technologies font ces recherches plus faciles avec les applications du portable. Par exemple, les applications "VinTage" et "Vins & Millésimes" rassemblent une base des données d'information des toutes les vins dans toutes les régions. En outre, le deuxième est proposé en trois langues: français, anglais et allemand. Ils montrent les prix, le vocabulaire du vin, son lieu de production, etc. Cependant, il n'y a pas encore possible d'acheter le vin à partir de cette application. Plutôt, avec l'application "Twil" on peut en prendre un photo, et ensuite l'appli donne le prix, le millésime, les options pour l'acheter, et la fiche de dégustation des châteaux en France. Maintenant, n'importe qui peut accéder immédiatement à toute cette information avec un petite appareil que nous tirons dans nos poches toujours. Une autre méthode d'intégration du vin dans l'économie pour faciliter son achat est l'existence des cavistes. Ils vendent seulement le vin (et quelques spiritueux.) Particulièrement, le caviste "Nicolas" est une chaîne, bien connue,

---

<sup>14</sup> Idgo. "Fêtes des Vendanges et du vin en Languedoc-Roussillon." *IdeesGo*. Office de Tourisme Intercommunal, 21 Oct. 2012. Web. 03 May 2017.  
<http://www.ideesgo.com/agenda/fetes-des-vendanges-et-du-vin-en-languedoc-roussillon-2>

éparpillée/répan due à travers les villes de la France. Bref, toutes ces ressources font une connexion, un lien qui crée une relation entre le vin et les connaisseurs, consommateurs, ou ouvriers de l'industrie du vin.

Nous considérons le vin célèbre de Bourgogne comme un objet d'art, de spécialité, esthétiquement plaisant et qui rend la qualité de la vie plus prestigieuse. Les fabricants des vins du Languedoc-Roussillon manifestent leur passion du vin par les nouvelles techniques scientifiques utilisées pendant le processus de production pour fabriquer le vin (qui est facile à boire) en gros volume. Nous regardons l'expérimentation de nouvelles technologies (en cas de l'élaboration du vin au Languedoc-Roussillon) comme innovatrice, moins cher et, une raison pour sortir avec les amis et la famille. L'art de Bourgogne et la science du Languedoc-Roussillon permettent tous ceux qui sont intéressés par le vin (sur n'importe quelle échelle) d'apprécier le propre équilibre d'utilisation d'Art et de la science ensemble pour fabriquer parfaitement le vin. Même-si la région du Languedoc-Roussillon est réputée pour les nouvelles technologies et techniques scientifiques, l'art de beaux arômes, robes et, textures existe parmi toutes les méthodes de production. En revanche, la Bourgogne utilise de plus en plus de nouvelles technologies pour produire les vins précisément calculés pour améliorer sa pureté et sa préservation. Au même temps, la Bourgogne garde les vins artistiques car le vin est une forme d'art apprécié et respecté pour une meilleure qualité de vie. . Dans les deux régions, la science et l'art sont intégrés dans toutes les étapes de production du vin. Les chefs d'œuvres qui naissent grâce à ce mélange sont intégrés dans la société par ses habitudes publiques de consommation, reconnaissance, intérêt et, passion du vin. De plus, le vin était voté comme un patrimoine immatériel par l'UNESCO. Il fait une vraie partie de l'héritage culturelle de la France, "La culture du vin, partie du patrimoine bimillénaire, culturel, paysager et économique français, transmise de génération en génération, a grandement contribué à la renommée de notre pays et tout spécialement de sa gastronomie aux yeux du monde,"<sup>15</sup>.

En France, le vin joue le rôle d'instigateur de plusieurs conversations, rencontres, chansons, danses et, parfois, de charme romantique en société. Plus important, la culture du vin en France compte sur les habitudes

---

<sup>15</sup> "Inscription du vin sur la liste du patrimoine immatériel de l'humanité par l'UNESCO." *Sé nat*. Sénat, 2011. Web. 03 May 2017. <http://www.senat.fr/questions/base/2011/qSEQ110618803.html>

et les opinions publiques du vin de chaque région. Bien que chaque région ait ses propres points de vue différents, l'amour du public reste au cœur des intérêts et des passions des amateurs, connaisseurs, ou même des gens qui aiment un verre de vin pour un plaisir en occasion. Le vin n'est pas une réflexion de la culture française, le vin est une clé caractéristique définissant de la culture française qui manifeste sa présence sociale dans la vie quotidienne n'importe quand le vin est produit, mentionné, regardé, acheté, recherché, partagé, ou apprécié par n'importe qui à n'importe quel endroit en France. Puis, le vin ajoute des chiffres d'affaires massives à l'économie française pour tous les lieux de production, sans ce l'économie française souffrirait de grandes pertes (pas seulement les chiffres d'affaire) de la demande des consommateurs, donc elle souffrirait d'une chute de production, consommation et, éventuellement, la grande perte de cette passion personnelle des amateurs du vin. La culture du vin en France peut être polyvalente, mais chaque sous-culture du vin adapte une caractéristique culturelle entièrement, même-si la caractéristique en question est directement opposée à une autre caractéristique d'une autre région. La Bourgogne et le Languedoc-Roussillon expriment ces caractéristiques contraires (comme l'art et la science) en harmonie quand leurs vins représentent une partie de l'économie et la culture de la France globalement et célèbrent la diversité de goût, qualité et cépage de n'importe quelle région viticole française. Du moment que la société française tient l'amour du vin près de leur cœur, la culture française sera toujours, au moins partiellement, définie par les rôles polyvalents à niveau économique et sociale que le vin joue à travers la France et ailleurs.

## Bibliographie

- 1) Actimage. "Appellation d'origine protégée - Appellation d'origine contrôlée." *L'Institut National des Appellations d'Origine*. L'Institut National des Appellations d'Origine, 2105. Web. 10 Apr. 2017.
  - a) Ce site officiel explique comment les Appellations d'origines fonctionnent.
- 2) Berry, Liz. *Wines of Languedoc-Roussillon: World's Largest Vineyard*. N.p.: Ebury Press, 1992. Print.
  - a) Ce livre est une bonne source des aspects de la région de Languedoc Roussillon comme le viticulture, l'histoire, les statistiques, et les specialities.
- 3) Chaptal, Jean-Antoine-Claude. *Traité théorique et pratique sur la culture de la vigne*. Paris: Chez Delalain, 1801. Print.
  - a) Un autre vieux publication de la cultivations et culture de la vigne. Il montre un point de vue différent sur le vin plutôt les habitudes de la France aujourd'hui.
- 4) "Chiffres clés de la filière vin." *Vin et Société*. GAYA- La Nouvelle Agence, n.d. Web. 28 Mar. 2017.
  - a) Il y a beaucoup des chiffres et statistiques sur l'économie du vin en France
- 5) Concept, Digital. "La Confrérie des Chevaliers du Tastevin - Vins de Bourgogne Tastevinés." *La Confrérie des Chevaliers du Tastevin- Vins de Bourgogne Tastevinés*. La Confrérie des Chevaliers du Tastevin, n.d. Web. 02 Apr. 2017. <<http://www.tastevin-bourgogne.com/fr/>> .
  - a) Ce site a d'information d'histoire et le but de La Confrérie des Chevaliers du Tastevin.
- 6) "Consommation du vin." *œnologie accueil*. NL Media, n.d. Web. 29 Mar. 2017.
  - a) Cette source a, encore, des chiffres clés, et les statistiques pour la consommation du vin et l'économie en général, mais aussi l'économie par ville en France.

- 7) "Coopératives." *Dico du vin, le dictionnaire du vin*. Dico du Vin, 04 May 2011. Web. 03 May 2017.  
<http://www.dico-du-vin.com/cooperatives/>
  - a) Les informations des coopératives, incluant des chiffres.
- 8) Demossier, Marion. *Wine drinking culture in France: a national myth or a modern passion?* Cardiff: U of Wales Press, 2010. Print.
  - a) Je vais utiliser ce livre pour les statistiques analysé du consommation du vin dans la société française. aussi Il y a beaucoup d'information de la contexte du vin parmi la culture française.
- 9) Fanet, Jacques, and Florence Brutton. *Great wine terroirs*. Berkeley: U of California Press, 2004. Print.
  - a) Ce livre a les détails de la terroirs eux-même en France. Il y a beaucoup d'information comment le climat et les conditions de la vignoble changent la production du vin.
- 10) "Fête des Vignes." *Montpellier Méditerranée Métropole*. Montpellier Méditerranée Métropole, 09 Nov. 2016. Web. 03 May 2017.  
<http://www.montpellier3m.fr/vivre-tourisme-traditions-festivites-et-terroir/fete-des-vignes>
  - a) Ce site m'a aidé avec les détails de la fête des vignes à Montpellier.
- 11) Garrier, Gilbert. *Histoire Sociale Et Culturelle Du Vin*. Paris: Larousse, 1998. Print.
  - a) Ce livre explore la culture de la consommation du vin et les autres habitudes des citoyens.
- 12) Idgo. "Fêtes des Vendanges et du vin en Languedoc-Roussillon." *IdeesGo*. Office de Tourisme Intercommunal, 21 Oct. 2012. Web. 03 May 2017.  
<http://www.ideesgo.com/agenda/fetes-des-vendanges-et-du-vin-en-languedoc-roussillon-2>
  - a) Ce site a une liste des toutes les fêtes au Languedoc-Roussillon.
- 13) "Inscription du vin sur la liste du patrimoine immatériel de l'humanité par l'UNESCO." *Sénat*. Sénat, 2011. Web. 03 May 2017. <http://www.senat.fr/questions/base/2011/qSEQ110618803.html>
  - a) Ce site du Senate m'a donné des informations sur le vin comme un patrimoine immatériel de l'UNESCO.
- 14) "Languedoc Roussillon Wine Making French Wine Guide." *French\_wine\_guide*. Terroir France, 2014. Web. 03 May 2017. [http://www.terroir-france.com/wine/lr\\_winemaking.htm](http://www.terroir-france.com/wine/lr_winemaking.htm)
  - a) Ce site a beaucoup d'information des cépages au Languedoc-Roussillon.
- 15) Lullin, Charles Jean Marc. *Du perfectionnement de la culture de la vigne*. Genève: A. Cherbuliex, 1832. Print.
  - a) Ce livre est aussi vieux, mais il donne beaucoup d'information de chaque région du vin en France à l'époque et je peux comparer l'histoire et maintenant.
- 16) MacNeil, Karen. *The Wine Bible*. New York: Workman Publishing Co., 2001. Print.
  - a) Ce livre a beaucoup d'information des specialities du vin parmi les régions spécifiquement du vin. Ce source a beaucoup de petit faits de chaque région du vin en france et comment ca marche dans la culture française.
- 17) Mayou, Sylvie. *Profil et habitudes des amateurs de vin*. N.p.: IPSOS, 2012.  
<http://www.ipsos.fr/comprendre-et-maitriser-son-marche/2012-10-24-profil-et-habitudes-amateurs-vin>
  - a) Ce publication montre la différence entre les amateurs et les professionnels du vin et leur habitudes. Il define les aspects des personnes qui boire du vin dans la culture.
- 18) Meredith, Carole. *Introduction to winemaking: Viticulture and Enology 3, winter 2002*. Davis, CA: Department of Viticulture and Enology, U of California, Davis, 2002. Print.

- a) Ce texte décrit les types de vin, les cépages, comment grandir les vignes, les microorganismes, le procès du fermentation, l'histoire du vin, et les vins en nombreux pays, mais notamment la France.
- 19) Phillips, Roderick. *French Wine: a History*. N.p.: U of California Press, 2016. Print.
- a) Ce livre donne un bonne histoire du vin en France, et c'est important pour apprendre l'histoire du vin pour comprendre la culture aujourd'hui.
- 20) Pitiot, Sylvain, and Jean-Charles Servant. *Les Vins De Bourgogne*. 15th ed. N.p.: Collection Pierre Poupon, 2014. Print.
- a) Dans ce livre, il explique bien les aspects et les fonctions du vin dans Bourgogne. Particulièrement, il explique les traditions, les festives, les specialities, et la culture d'autour le vin parmi Bourgogne.
- 21) Puvis, M.-A. *De la culture de la vigne et de la fabrication du vin*. Paris: Dusacq, 1848. Print.
- a) ce publication est vieux mais, il monte la différence entre la culture du vin dans le passé et la culture du vin en france courant.
- 22) "Résidences étudiants à montpellier." *Nexity*. Nexity Studea, n.d. Web. 02 May 2017.  
<http://www.nexity-studea.com/residences-etudiantes/montpellier/34.html?xts=520412>
- a) Ce site a les chiffres de la population à Montpellier.
- 23) Richez, Christophe Cazenove, and Serge Carrère. *Les fondus du vin de Bourgogne*. Charnay-lès-Mâcon: Bamboo éd., 2013. Print.
- a) Ce livre est très intéressante. En forme similaire au bande-dessinée astérix, il y a une bande dessiner qui monte le stereotypes des vins dans la région de Bourgogne. Il y a plus d'information après la bande dessinée avec l'histoire, les préférences de la région et des détails spécifiques de la production du vin.
- 24) *Synthèses:Filière Vins*. FranceAgriMer. 2012.  
<http://www.franceagrimer.fr/content/download/19367/156077/file/SYN-VIN-conférence-vinitec-h-étude-consommation-vin-A12.pdf>
- a) Cette publication a quelques statistiques de l'année 2010 pour la consommation du vin en France.
- 25) "Une brève histoire du vin en France et Les Réglementations." *Histoire des vins de France et réglementation des appellations*. N.p., 06 Oct. 2007. Web. 10 Apr. 2017.  
<http://www.vinsdegarde.com/Vins-France-Appellations.php>
- a) Ce site a l'information d'origine d'histoire de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) et le fonctionnement des appellations.
- 26) "Chiffres clés de la filière vin." *Vin et Société*. GAYA- La Nouvelle Agence, n.d. Web. 28 Mar. 2017.
- a) Ce site a beaucoup de chiffres clés d'économie du vin en France.
- 27) Zraly, Kevin. *Windows on the World complete wine course*. New York: Sterling, 2009. Print.
- a) J'aime ce source ici parce qu'il a d'information de le monde du vin et les termes important et un explication des specialities de chaque région en France.

La Nouvelle Culture du Vin

Jean-Pierre Albert

13-10-89

De la vigne à la cave, de la cave à la table, le monde du vin offre un large registre de pratiques dont l'ethnologie a entrepris de longue date l'inventaire et l'interprétation. Parfois annexé au domaine des boissons fermentées, le vin semble en effet un « bon objet », support d'une mythologie et de conduites plus ou moins ritualisées diverses et riches de sens. Témoins de cet intérêt, deux colloques internationaux pour la seule année 1989, faisant suite à deux grandes expositions en 1988<sup>1</sup> qui, à vrai dire, étaient assez éloignées des préoccupations habituelles des ethnologues travaillant sur ces questions.

Tel est bien le problème : dans un domaine que l'on aborde volontiers sous l'angle de la tradition — et qui fait de l'enracinement dans le passé une valeur cardinale — les choses sont en train de changer très vite et très profondément. Le costume emblématiquement archaïque de telle confrérie de « taste-vin » ne doit pas faire oublier que le chimiste est entré dans la cave et qu'il y règne en maître, jusque dans les vignobles les plus orgueilleux d'un immémorial savoir-faire. En même temps, les goûts, les modes de consommation évoluent et dessinent de nouvelles pratiques sociales. Ce « présent » de la culture du vin constitue un véritable défi pour l'ethnologue : ne risque-t-il pas de s'enfermer dans l'étude d'un passé de plus en plus inactuel et de traquer la « survivance » dans un domaine qui manifeste au contraire une extraordinaire créativité ?

La récente exposition « La vigne et le vin » de la cité des Sciences et des Techniques me servira d'entrée en matière pour aborder ces questions. N'est-il pas symptomatique que cette importante manifestation ait trouvé place dans ce temple presque agressif de la « Modernité » et non dans les murs d'un musée des Arts et Traditions populaires qui, par son nom sinon par son architecture, aurait mieux convenu pour célébrer de façon rassurante les prestiges de la tradition ?

### Le vin à La Villette

4L'affiche — une grappe de raisin peinte avec des effets de photo bougée — vous a prévenus : ça bouge dans le monde du vin. Vous passez dans le hall d'entrée devant une machine à vendanger et soudain, miracle ! devant vous, dans un immense bac, une vigne verdoyante bercée du chant (enregistré) des cigales. En plein hiver ! Ici, la vigne fleurit, plus loin, c'est la véraison, enfin le raisin à maturité. Vous voyez la nature, vous admirez la technique et, en effet, ce petit prodige a longuement mobilisé des chercheurs de l'i.n.r.a... Plus loin, une cave de vinification, un vrai laboratoire : cuves en acier inoxydable, machines complexes dans lesquelles vous hésitez à reconnaître un fouloir ou une presse, appareils de mesure. Ici, on fait du vin plusieurs fois par

semaine, on soutire, on met en bouteilles... Vient ensuite le stand de dégustation : l'école, dirons-nous plutôt, car les comptoirs évoquent bien plus les paillasses d'une salle de chimie que le zinc du café du coin.

5La « tradition » n'est certes pas oubliée, avec le cuivre rutilant des alambics, les bouteilles en verre soufflé, les vieilles photos de vendanges, et c'est finalement la section « Vin et société » qui fait la part la plus belle au passé : décor Art Nouveau du mobilier et des affiches, vitrines de vaisselle et d'accessoires anciens... Mais le présent domine, que l'on retrouve dans la richesse et la précision de l'information scientifique, les films vidéo sur les phases de la culture, les cartes et les graphiques. Les conférences accompagnant l'exposition manifestaient la même tendance. Les plus techniques ont été les plus suivies et ont suscité des débats passionnés. Le catalogue enfin est pour l'essentiel centré sur l'actualité et satisfait les curiosités les plus diverses — des règlements européens concernant l'étiquetage aux problèmes de marketing en passant par la prévention des gelées de printemps, la fabrication des bouchons et les différents types de machines à vendanger. Incontestablement, cette orientation correspondait aux attentes du public : plus de 500 000 entrées en quatre mois, et l'exposition devait encore tourner en province. Le vin fait l'objet d'une demande d'information qui était fort bien satisfaite par cet aperçu encyclopédique. « Ne plus boire idiot » : tel est en effet le mot d'ordre des nouveaux amateurs. Pour y parvenir, ils sont prêts à s'instruire.

### Les nouveaux amateurs

Du vin, on serait presque tenté de dire que moins on en boit, plus on en parle. Le vin de table (capsule plastique sur bouteille consignée) recule depuis longtemps devant des « vins bouchés »<sup>2</sup> qui, par-delà la magie un peu courte de l'emballage, demandent un discours, un public de « connaisseurs ». La perspicacité des papilles et la finesse de l'odorat se forment sans nul doute dans un dialogue assidu avec les bonnes bouteilles, mais il faut aussi apprendre le vin dans les livres.

Détour problématique qui nous a d'ailleurs valu un « livre » fort étrange, mais bien adapté à combler cet écart : *Le nez du vin* de Jean Lenoir (1981), un coffret de 54 flacons accompagnés de fiches et contenant les principaux arômes ou odeurs parasites (SO<sub>2</sub>, bouchon, champignon) qui pourraient monter de votre verre...

Le vin fait une entrée massive dans notre culture : il n'est plus d'honnête homme qui ne soit un peu œnologue. « Macération carbonique, fermentation malolactique », ces mots s'entendent dans les dîners en ville. Les clubs d'œnologie se multiplient. Bernard Pivot organise périodiquement à *Apostrophes* une séquence d'œnologie, spectacle très suivi qui culmine dans l'épreuve de dégustation (en aveugle, bien entendu). Il doit y avoir une colle et, avec le zeste de sadisme qui nourrit l'intérêt du spectacle de cirque, on attend la faute. *Hic Rhodos, hic saltus* : c'est au pied du verre qu'on voit l'œnologue. Les belles paroles pourraient achopper sur un singulier défaut de langue.

Loin des hauteurs presque mythologiques des nouveaux saints Jean Bouche d'Or — les Peynaud, Dubourdieu, Puisais —, la dégustation devient un rituel assez commun. Il a même fallu créer un verre normalisé, légèrement resserré du haut pour concentrer les arômes, assez grand pour faire tourner le vin, le mirer, le prendre en main. A Albi, par exemple, le mois d'animation *Du goût pour les odeurs* organisé depuis deux ans par le centre culturel de l'Albigeois comporte pour l'essentiel des manifestations centrées sur les plaisirs de la table. Des conférences renseignent gratuitement sur les finesses du « nez du vin » ou les secrets de la cave, mais l'essentiel se joue au restaurant. Pour une somme de moins de 200 F, on peut participer à un repas savamment conçu, animé tout au long de jeux de dégustation, questionnaires, discours aimablement savants sur les mariages raffinés des mets et des boissons. Ces repas réunissent de 50 à 80 personnes presque tous

les soirs pendant quatre semaines. Les participants les plus assidus, souvent habitués des restaurants gastronomiques, multiplient actuellement les clubs d'achat et de dégustation.

Un pas de plus dans l'informel, et nous voici à la table festive des échanges amicaux. On n'aura pas l'indélicatesse de parler de vin pendant tout le repas, mais il serait malséant de rester insensible au subtil défilé de bouteilles qu'organise le maître de maison. Sur un bordeaux 1975, la glose est de rigueur. Vous n'êtes pas censé ignorer que c'est une grande année, l'année du siècle ou presque (aux dernières nouvelles, elle ne tiendrait pas toutes ses promesses. Il faudra affiner le commentaire). Et vous savez sans doute que le vignoble du château-X (non, vous n'avez pas découvert son existence en lisant l'étiquette !) jouxte celui du château-Y, que sa réputation dispense de tout éloge...

### Stratégies de légitimation

A défaut de voir tout cela en ethnologue, qui ne serait tenté de produire, dans le secret de son cœur, une petite analyse sauvage à la manière de Pierre Bourdieu ? Eh bien, oui : le vin est une passion très *middle class*, les nouveaux œnologues sont pris au jeu toujours risqué de la distinction. Ce n'est donc pas sans une pointe de masochisme (et en courant le risque de vexer ses amis) que le serviteur fidèle des sciences sociales doit prendre une distance par rapport à un « terrain » qui commence juste derrière la porte de son bureau.

La hiérarchie des crus n'est pas nouvelle, non plus que ses implications financières<sup>3</sup>. L'amour du vin peut être une passion coûteuse si l'on s'en tient aux valeurs sûres, mais il se répand tellement que, de l'avis des professionnels eux-mêmes, les grands crus classiques ne pourraient aujourd'hui à eux seuls satisfaire la demande. Heureusement, l'évolution de la viticulture rejoint les attentes des connaisseurs médiocrement fortunés en multipliant des productions de bonne qualité auxquelles ne

manque, au moins dans un premier temps, que la gloire d'un grand nom. Parallèlement, l'amateur maximalise ses bénéfices en affinant ses capacités gustatives. Devenu compétent (?), il peut légitimer son goût pour des « petits vins » choisis qui ont, de surcroît, le prestige de la rareté. On « découvre », on explore, on sait reconnaître la vraie qualité. Cela n'interdit pas de tâter aussi de quelques bouteilles prestigieuses : on les boira entre connaisseurs avec toute la dévotion requise. La culture œnologique impose même de telles tentatives, car il faut bien tester ses aptitudes et surtout se donner des sensations inoubliables. Du prestigieux château-d'Yquem, le *Guide Hachette des vins de France* (1986) écrit ainsi : « Le vin qu'il faut boire au moins une fois, pour ne l'oublier jamais. »

Par une étrange ruse de l'histoire, le sens du goût, dont le langage (et aussi la philosophie) avait fait le symbole d'un discernement esthétique incapable de définir ses principes, serait-il donc aujourd'hui doté de la plus grande objectivité ? L'esthète trouve dans le chimiste une caution et, inversement, la chimie se met au service du jugement esthétique. Il est possible de définir en termes quantitatifs les qualités et les défauts du vin et d'adapter la production au goût du public. Lequel des Beaux-Arts pourrait-il se vanter d'une maîtrise technique aussi poussée des relations entre paramètres objectifs et effets sur la subjectivité ? Faisant mentir l'adage, les goûts se discutent sitôt qu'on a appris à les identifier. L'objectivité et l'universalité de la science mettent leur potentiel démocratique au service des amateurs, tout en soutenant sur une large échelle les stratégies de distinction : version d'un « amour de l'Art » déjà éprouvée dans d'autres domaines...

Encore faut-il que le vin soit de plein droit reçu dans l'espace éthéré des productions artistiques. Les choses sont en bonne voie, les formules de légitimation jouant sur plusieurs tableaux. L'essentiel réside dans des figures de transfert ou de prévarication typiques des domaines en cours de promotion. Le livre, en lui-même objet culturel valorisé, se fait volontiers livre d'art quand il parle du vin. De pieuses monographies richement illustrées placent quelques grands crus à des hauteurs

proprement mythologiques. On tente des mariages entre le vin et les autres arts : *Le vin à travers la peinture, De l'esprit des vins. Bordeaux* (Montesquieu et le château de La Brède ont aussi une actualité viticole...). L'exposition « Châteaux Bordeaux » tissait les destins du vin et de l'architecture, tel obscur corbières arbore en guise d'étiquette une reproduction de l'affiche du film *37,2° le matin* tandis que, depuis 1945, les étiquettes des prestigieux mouton-rothschild s'ornent chaque année d'une nouvelle frise effectuée spécialement par un peintre célèbre<sup>4</sup>. Le journal *Le Monde* a enfin prêté à cette noble cause ses vertus intrinsèquement légitimantes en organisant en 1987 son grand concours sur le vin. A des questions de gabelou sur la législation des a.o.c.et des v.d.q.s., les taux licites de chaptalisation, etc., s'ajoutaient des énigmes œnologico-littéraires mieux à même de titiller le public intellectuel...

On objectera peut-être à ces remarques narquoises que la présence incontestable d'un jeu social autour du vin n'enlève rien aux capacités bien réelles de « vrais » connaisseurs qui sont les premiers à dénoncer le « snobisme » d'amateurs dont le savoir œnologique se limite au hit-parade des crus en vogue. Mais si l'on excepte (au moins dans un premier temps) la pratique très étroite de la « dégustation technique », faut-il vraiment penser dans les termes d'une inégale répartition des compétences la hiérarchie des aptitudes à « bien juger » le vin ? L'élite des grands dégustateurs, quand son savoir se répand en ouvrages de vulgarisation, ne contribue-t-elle pas, à son corps défendant, à créer l'illusion collective d'une heureuse rencontre de la science, de l'art et du plaisir ?

### **Le goût, le vrai, la norme**

« Il n'y a plus de dégustation hédoniste », me confiait un « vrai » connaisseur, pour ajouter aussitôt qu'à sa place n'existent que « le snobisme ou la dégustation technique ». On ne saurait mieux traduire l'imperceptible faille qui sépare le goût (au sens physiologique) du « bon goût ». Où placer l'amour légitime de l'art quand l'objectivité de la science oblige à décrire sans juger et que les

pratiques sociales ordinaires révèlent les faiblesses d'un jugement esthétique soumis à tous les effets de la mode ? Il enchaînait sur le récit d'une cruelle expérience socio-œnologique : la permutation en carafe, dans une assemblée mondaine, d'un très grand rioja et d'un bordeaux archi-célèbre, « bon, mais pas d'une grande année ». Comme on peut s'y attendre, le supposé bordeaux avait reçu tous les suffrages, alors que l'authentique château-Z (inaccessible à l'ethnologue moyen) faisait les frais de l'habituel mépris pour l'Espagne et ses productions...

Certes, la voie est étroite. « Tu passes pour un con si tu dis simplement d'un vin qu'il est bon », poursuivait mon interlocuteur. Malheureusement, quand il s'agit de parler du vin, il faut se rendre à l'évidence : « Les gens ont acquis le vocabulaire de base sans savoir à quoi il correspond. » Ce vocabulaire, dont on voudrait qu'il dise vraiment quelque chose, est pourtant au centre de la pédagogie de la dégustation. La présentation du livre d'E. Peynaud *Le goût du vin* le dit avec beaucoup d'innocence : « Cet ouvrage a été écrit en pensant à tous ceux qui s'intéressent au vin, au vin de qualité s'entend et qui, au-delà de la gorgée avalée, s'interrogent sur les mystères de son goût et sur la signification de l'acte de boire. Il voudrait apprendre à l'amateur à mieux connaître le vin, à mieux l'apprécier, à *savoir en parler* aussi. (...) Aux professionnels, ce livre (...) offrira les moyens de rendre la dégustation la plus objective possible et d'*enrichir leur vocabulaire* (c'est moi qui souligne). »

Connaître le vin, l'apprécier, savoir en parler. Voilà donc les trois volets de la compétence. Comment concevoir leur hiérarchie ? Tout devrait reposer sur les pouvoirs du goût, la connaissance appelant la reconnaissance gustative, et celle-ci la parole. Il en va bien ainsi lorsqu'on repère dans un vin inconnu la touche caractéristique d'un plant ou dans un cru déjà identifié les traits marquants d'un millésime. Par-delà ces jeux un peu vains, il faut surtout que les œnologues évaluent correctement par la dégustation les caractères des vins qu'ils « élèvent », en tirent des indications sur les accidents de la vinification ou des pronostics sur les chances de vieillissement, etc. Le langage de

la dégustation rejoint ici celui de l'analyse chimique. Mais, dans un énoncé comme celui qui suit, les choses me semblent bien différentes : « Un sol calcaire peut donner des nuances minérales, plutôt dures ; un sol argileux donne plus de rondeur et de gras ; un sol sablonneux donne, lui, de la finesse, de la légèreté, mais parfois trop et le vin risque d'être mince<sup>5</sup>. » Ne faut-il pas déjà connaître les terroirs pour sentir dans sa bouche une émanation aussi directe de leurs propriétés plastiques ? Bien plus, ne sommes-nous pas entrés dans un univers de « correspondances » quasi baudelairiennes ?

De fait, il ne s'agit que d'une illustration d'une propriété générale du vocabulaire de la dégustation : soumis aux jeux du symbolisme, il mêle inextricablement évaluations objectives et valorisations. Chaque type de propriétés s'exprime ainsi en une gradation de termes plus ou moins imagés aptes à traduire l'excès et le défaut. Le goût sucré s'échelonne du fondu au pâteux, l'acidité du frais au vert, l'astringence du charpenté à l'âpre... Mais nous apprenons aussi que les vins sont virils ou féminins, charnus ou anguleux (quand ils ne sont pas franchement désossés !), tendres ou austères... Précis et relativement descriptif dans sa phase analytique, le vocabulaire du goût semble d'autant plus voué à la métaphore qu'il vise à des appréciations globales de type esthétique. Le maître mot de la synthèse est celui d'équilibre, précisé par les trois adjectifs de rond, fondu et charpenté. Mais une « imagerie gustative » doit prendre le relais de ces qualifications déjà passablement énigmatiques sitôt que s'impose le devoir de l'éloge. « Les adjectifs s'appliquant à la bonté du vin, à son agrément, ne surprennent personne », écrit Émile Peynaud ; « *bon ou mauvais, agréable ou désagréable, succulent, "goûteux" (...) ou insipide* ; ils sont à leur place et ne sauraient être contestés. Mais ceux qui ont rapport à la "beauté" du vin répondent déjà à une certaine transposition de langage. C'est une convention à accepter. Un beau vin a du cachet, de la tournure, du brio et même du chic. Suivant la verve du dégustateur et son enthousiasme, il sera qualifié : coquet, élégant, charmant, charmeur, brillant, distingué, gracieux, voire avec un peu d'exagération somptueux, affriolant, fastueux, séduisant ou séducteur (1983 : 167) ! » On a peine à limiter, en effet,

ce vocabulaire social de la qualité : « On oppose les vins classés (donc qui ont de la classe), les vins *racés, nobles, riches*, aux vins banals, roturiers, rustres, rustauds, *communs*, vulgaires, plébéiens, *pauvres, courants, ordinaires*, standards, sans prétention (*ibid.*). »

Je n'irai pas plus loin dans cet inventaire, dont une étude exhaustive (en variations sur le thème : la pensée sauvage au service de la distinction) constituerait un objet fort intéressant pour l'ethnologie. Certes, le recours à un vocabulaire flottant n'est pas un obstacle indépassable à la mise au point de techniques de dégustation efficaces. Je doute simplement que la notion de « beauté » d'un vin devienne jamais un concept scientifique... En marquant ainsi les limites d'une objectivation des catégories esthétiques, je ne veux ni réaffirmer les droits de la subjectivité, ni réduire le jeu des jugements à ses seuls enjeux sociaux. Au contraire, une expérience esthétique du vin me semble inséparable des discours et valorisations sociales qui en constituent le cadre : s'ils ont acquis la prétention à bien juger du vin, les nouveaux amateurs ont produit du même coup l'expérience esthétique de la dégustation. Celle-ci est en droit distincte de toute compétence réelle, elle n'existe que dans la valorisation culturelle d'une sensation. N'est-ce pas là le sort de tous les arts ?

On comprend dans cette perspective quelques traits typiques d'une culture vulgarisée du vin qui ne semble avoir d'autre effet que d'engendrer, de toutes les façons possibles, du discours. La bibliothèque offerte à l'amateur est en effet très hétéroclite : à côté des livres « d'art » déjà cités auxquels on peut associer les études historiques, on trouve des ouvrages techniques (par exemple, des listes de tous les producteurs de tel ou tel a.o.c.) que l'on imaginerait plutôt réservés aux professionnels du négoce, et enfin des guides d'achat<sup>6</sup>. Les revues spécialisées reprennent en général dans chaque livraison ces trois rubriques. Par-delà les implications immédiatement commerciales de cette littérature et les effets explicites de célébration, il s'agit d'offrir à chacun, selon ses penchants,

les moyens d'une érudition au service de l'amour du vin. Le vin n'est-il pas meilleur sitôt qu'on en sait quelque chose ?

Tout cela revient à relativiser les effets d'une formation du goût qui, en bonne logique, devrait pourtant rester l'instrument privilégié d'une culture visant d'abord le plaisir des sens. La prolifération des guides d'achat suffit à jeter une ombre sur la compétence autonome des consommateurs : pourquoi convoquer autant d'autorités, établir de façon aussi maniaque des palmarès si chacun est apte à juger ? Pourquoi entretenir le mythe des verres de dégustation dits « Impitoyables » qui, adaptés à chaque grand type de vin, décupleraient vos capacités de discrimination ? Toujours déléguée, enfouie dans l'accumulation tatillonne d'innombrables rituels périphériques (la seule préparation des bouteilles occupe onze pages dans le livre d'E. Peynaud !), soumise aux impératifs sociaux de la célébration, la capacité de goûter est présumée sans jamais être vraiment mise à l'épreuve : tout est fait pour que le vin soit bon...

Je conclurai en notant que le flacon semble décidément l'emporter sur l'ivresse. N'est-elle pas la grande absente de ces discours d'esthètes ? L'amour du vin n'arrive pas sans handicaps sur le marché des valeurs légitimes : fils de facultés sensibles traditionnellement dévalorisées (le goût et l'odorat), il doit aussi se démarquer des séductions de l'ivresse, un peu comme l'érotisme doit s'inscrire en faux contre la pornographie et ses simples effets physiologiques. De l'abus de boisson, Kant écrivait déjà qu'une « semonce contre ce vice devrait être superflue dans les classes policées » (1797 : 50). E. Peynaud lui fait écho en notant en conclusion de son ouvrage déjà cité : « Le savoir-boire fait partie du savoir-vivre au même titre que le savoir-manger. (...) [Les bons vins] enseignent la tempérance à qui veut bien écouter leur message. C'est avec le vin et sa dégustation que l'homme peut apprendre la façon civilisée de boire (1983 : 234). » Privée de longue date de toute valeur sacrée dans l'ordre de la culture légitime, l'ivresse se voit ainsi reléguée hors du champ de la

Civilisation ! Certes, « le savoir-boire fut long à acquérir, et l'on ne peut prétendre qu'il soit de nos jours tellement répandu (*ibid.*) ». Ne réalise-t-il pas en effet son essence proprement esthétique dans le « goûter-sans-boire » du dégustateur professionnel ? Si tel est l'aboutissement obligé de la nouvelle culture du vin, gageons qu'elle traînera longtemps encore comme une ombre coupable la vulgaire « rougeur de trogne » du joyeux buveur qui faisait naguère la fierté des Bourguignons...

Anglaise

The New Culture of Wine

From the vine (vineyard) to the cellar, from the cellar to the table, the world of wine offers a wide range of long-standing practices whose ethnology has undertaken inventory and interpretation. Sometimes annexed to the field or fermented beverages, wine seems to be a “good thing” supported by a mythology and behaviors more or less ritualized and diverse and rich in meaning. In proving this interest, two international symposiums for 1989 alone, following two

major exhibitions in 1981 which, truly, were separated enough from the usual preoccupations of ethnologists working on these questions.

Indeed, this is the problem: in a field that we willingly approach from the traditional angle-- and which makes the roots of the past a cardinal value-- things are changing quickly and profoundly. The emblematically archaic suit of such "taste wine" brotherhood should not make us forget that the chemist entered the cellar and he is the master there, even down to the most proud vineyards of a long-standing expertise. At the same time, the tastes and the patterns of consumption evolve and shape new social practices. This "present" culture of wine constitutes a real challenge for the ethnologist: is he not risking being locked in the study of an increasingly inactive past and to track the survival of a field which, on the contrary, manifests an extraordinary creativity?

The recent exhibition "The vine and the wine" of the City of Sciences and Technology will serve me as an introduction to address, these questions. Is it not symptomatic that this important manifestation has found a place in this practically aggressive temple of "Modernity" and not within the walls of a museum of popular arts and traditions which through its name, if not by its architecture, would have suited better to reassuringly celebrate the prestiges of the traditions?

### The Wine at the Villette

The poster — A bunch of grapes painted with moving picture effects- gave you the answer: the world of wine is on the move. You pass through the entrance hall by a machine for harvesting and suddenly, a miracle! Before you, on an immense tray, a green vine rocked by the song (recorded) of the cicadas. In the middle of winter! Here, the vine blooms, later, it is the veraison, finally the grape has matured. You see the nature, you admire the technique and in fact, this little prodigy has

longtime mobilised some researchers at the French National Institute of Agriculture. Further, a vinification cellar, a true laboratory : stainless steel fermentation tanks, complex machines in which you hesitate to recognize a press or a baler, measuring machines. Here, we make wine several times a week, we extract, we put it in bottles... Next comes the tasting stand : the school, we'd rather say, because the counters evoke much more the pallets of a chimney room than the zinc of the corner café .

The “tradition” is of course not forgotten, with the gleaming copper stills, blown glass bottles, old photos of harvests, and this is finally the section “Wine and society” which makes the most beautiful part of the past : decor Art Nouveau furniture and some posters, showcases of tableware and old accessories... But the present dominates, we find it in the richness and the precision of the scientific information, the movies about the phases of the culture, the boards and charts. The conferences accompanying the exhibition manifested the same tendency. The more technical have been followed more and have provoked some passionate debates. The catalogue finally is essentially focused on the present and satisfies the more diverse curiosities — the European rules concerning the labeling to the marketing problems in passing by the frost prevention during springtime, the making of corks and the different types of harvesting machines. Unquestionably, this orientation satisfied the public expectation : more than 500,000 tickets sold in 4 months, and the exhibition had to still tour in the province. The wine is the object in demand of information which was strongly satisfied by this encyclopedic insight, “Stop drinking like an idiot.” Such is in fact the main goal of the new amateurs. In order to achieve that, they are ready to educate themselves.

The new amateurs

As for Wine, one would be almost tempted to say that the less one drinks it, the more one speaks about it. Table wine (plastic cap on a refundable bottle) has been diminishing for a long

time before “corked wine” which, besides the short magic of the packaging, demands a talk, an “expert” public. The perceptiveness of taste buds and the fineness of the aroma are shaped without a doubt in an assiduous conversation with good bottles, but it is also necessary to learn wine by the books. A Digressing problematic which has also earned us a very strange book, but well adapted to fill in this gap: *Le nez du vin* by Jean Lenoir (1981), a small box containing 54 small bottles with matching flashcards and containing the main aromas or interfering odors (SO<sub>2</sub>, cork, mushroom) which could raise from your glass. Wine makes a massive appearance in our culture: there is no longer an honest man who doesn’t know a little oenology.

Wine makes a massive appearance in our culture: there is no longer an honest man who doesn’t know a little oenology. “Carbonic maceration, malolactic fermentation”, we hear these words in the city restaurants. The oenology clubs are multiplying. Bernard Pivot periodically organises in *Apostrophes* an oenology series, a widely followed performance that climaxes in the taste testing (blind, of course). There has to be an embarrassing question, and with zesty sadisme that feeds the interest of the circus show, we wait for the mistake. *Hic Rhodos, hic saltus*: we see the oenologist at the foot of the glass. The right words could stumble on a single linguistic mistake.

Far from the mythological height of the new saints Jean Bouche d’Or — les Peynaud, Dubourdieu, Puisais —, the tasting become a common enough ritual. It has been necessary to create a normalised glass, slightly tightened at the top to concentrate the aromas, big enough to swish the wine, to see its reflection, and to take charge of it. In Albi, for example, the month of animation *Du goût pour les odeurs* (tasting for smells) organised for the last two years through Albi’s cultural center showcases manifestations focused on enjoying good food. Some conferences give free information on the subtlety of the “nose of wine” or the secrets of the cellar, but the essentials happen in restaurants. For a total of less than 200 F, one can participate in a skillfully thought out meal, organised all throughout with tasting games, quizzes, gently wise speeches about the refined

marriage of food and drink. These meals bring out 50 - 80 people almost every night during 4 weeks. The most regular participants, usually accustomed to the fine dining restaurants, are currently multiplying the clubs for buying and tasting wine.

One more informal step, and here we are at the festive table of friendly exchanges. One will not have the indifference of speaking about wine during the entire meal, but it is a bad thing to remain insensitive to the subtle parade of bottles that are organized by the head of the house. With a 1975 Bordeaux, the explanation is a must. You are supposed to know that it is a great year, the year of the century or almost (according to the latest news says this year gives no promise. It will be necessary to refine the commentary). And you know without a doubt that the vineyard of Chateau-X (no, you have not discovered its existence by reading the label!) touches Chateau-Y, with which the reputation deserves all praise.

#### Strategies of Legitimation

Lack of seeing all this as an ethnologist, who would not be tempted to produce, in the secret of his heart, a wild little analysis (Critique?) like Pierre Bourdieu? Well yes: wine is a very middle class passion, new oenologists are caught in the always risky game of distinction. So, it is not without a touch of masochism (and running the risk of vexing his friends) that the faithful servant of the social sciences must have a distance from the ground that starts just behind his office door.

The hierarchy of the *crus* [a wine classification system] is not new, nor are its financial implications. The love of wine can be an expensive passion if one holds the right values, but is spreading so much that, that according to the opinion of the professionals themselves, today, the classic *grands crus* themselves could not satisfy the demand. Fortunately, the evolution of viticulture meets the expectations of the mediocre connoisseurs who are fortunate from reproducing a multitude of good quality products to who do not lack, at least initially, that the glory of a great name. Simultaneously, an amateur maximizes their benefits by refining their gustatory capacity.

Having become competent (?), he can legitimize his taste for “little wines” choosing those that have, moreover, the prestige of rarity. We “discover”, we explore, we know how to recognize real quality. This also does not preclude the testing of a few prestigious bottles: which will be drunk among connoisseurs with all the necessary devotion. The oenology culture even necessitates such attempts, because we must test our aptitudes and above all, gives oneself unforgettable sensations. From the prestigious Chateau-d’Yquem, *Le Guide Hachette des Vins de France* (1986) depicts the following “The wine that has to be drunk at least one time, in order to never forget it .”

Through a strange historical ruse, the sense of taste, of which the language (and also the philosophy), was made into the symbol of an aesthetic discernment incapable of defining its principles, would it be then endowed today with the most objectiveness? The esthete finds a guarantee in the chemist, and in return, the chemistry is laid out for aesthetic judgement. It is possible to define, in quantitative terms, the qualities and the defects of wine and adapting production to public taste. Which of the fine arts could boast of a complex technical mastery of the relations between objective factors and effects on subjectivity? Making up the saying, the tastes are discussed as soon as one has learned to identify them. The objectiveness and the universality of science put their democratic potential at the service of the amateurs, simultaneously supporting, on a large scale, the strategies of distinction: the version of a “love of art” that has already been felt in other fields.

Again, it is necessary that the wine be rightly received in the ethereal space of the artistic productions. Things are on the right track, the legitimation formulas playing on several paintings . The most crucial part of the matter resides in the figures of transfer or the prevarication that is typical of the areas being promoted. The book, in itself a valued cultural object, is gladly made a book of art when it speaks of wine. The devout and richly illustrated monographs place some of the *grands crus* at a height that is truly mythological. One tries to pair wine and other arts; *The wine*

*through painting, From the essence of wine. Bordeaux* (Montesquieu and the Chateaux of *La Brède* also currently make wine) the exhibition of “Châteaux Bordeaux” wove the destinies of wine and its architecture, such obscure corbières is the displayed a red wine from the Languedoc-Roussillon region] through the use of a label, to show the reproduction of the film poster *37.2° in the morning* while, since 1945, labels of the prestigious Mouton-Rothschild are adorned each year with a new frame made specially by a famous painter. The newspaper *Le Monde* finally lent this noble cause its virtues by organizing, in 1987, its huge wine competition. To the questions from a customs officer on the legislation of the A.O.C. and of the V.D.Q.S., the legitimate rates of chaptalisation, etc., were added to the enological-literary enigmas that are better able to stimulate the curiosity of the intellectual public...

Perhaps one would object to these sneering remarks that the indisputable presence of a social game about wine does not take away from the real capacities of the “real” connoisseurs who are the first to denounce the “snobbery” of the amateurs whose oenological knowledge is limited to the hit-parade [weekly list of top sellers] of the popular vintages. But, if one excludes (at least initially) the very narrow practice of “technical tasting”, does one truly need to think in terms of unequal distribution of the competencies the hierarchy of abilities to “properly judge” wine? The elite of the great tasters, when their knowledge spreads in popular works, does not contribute, to defend their body, to create the collective illusion of a happy encounter of science, art and pleasure?

The Taste, The Truth, The Norm

“The is no more hedonistic tasting” a “true” connoisseur confided in me, he added immediately that in place of it [hedonistic tasting] is only “snobbery and technical tasting”. It would be better to translate the imperceptible flaw that separates taste (in the psychological sense) from the “right taste”. Where can the legitimate love of the art be placed when the objectiveness of science obligates to describe without judging and when ordinary social practices reveal the

weaknesses of an aesthetic judgment subjected to all the fads? He linked the story of a cruel socio-oenological experience; the permutation in a pitcher, in a social gathering , of a very big rioja [wine from Spain] and of an extremely famous Bordeaux [wine], “good, but not a great year”. As what might be expected, the supposed Bordeaux received all the votes, whereas the authentic Château-Z (inaccessible to the average ethnologist) bered the consequences of the typical disregard for Spain and its products.

Certainly, the path is narrow. “You are a moron if you simply say that a wine is good”, my conversation partner continued. Unfortunately, when it comes to talking about wine, it is necessary to give way to the evidence; “People have acquired the basic vocabulary without knowing what it corresponds to.” This vocabulary, of which we would like it to truly say something, is yet at the center of the pedagogy of tasting. The presentation of the book of E. Peynaud, *The taste of wine*, says it with great innocence: “This work has been written to all of those who are interested in wine, by wine we mean quality wine and to those who , after the gulped down mouthful, questions the mysteries of its taste and the significance of the act of drinking. He would like to teach the amateur to better know wine, to better appreciate it, and to know how to talk about it too... to the professions, this book...will offer the means to make tasting as objective as possible and to *enrich their vocabulary* (I emphasize this).”

Know wine, appreciate it, know how to talk about it. Those are the three areas of competence. How does one conceive their hierarchy? Everything should be based on the powers of taste, the knowledge recalling taste recognition, and this type of speech. This is so when we notice the key characteristic of a plant or a vintage that has already been identified with the striking features of an unknown wine. Beyond these rather vain games, it is particularly essential that the oenologists correctly evaluate by tasting the characteristics of wines they “raise ”, drawing indications of the accidents of the winemaking process or the prognoses on the likelihood of aging,

etc. The language of tasting joins here the chemical analysis language. But, in a statement like the one that follows, things seem to me very different : “A calcareous soil can give mineral nuances, rather hard; A clay soil give more roundness and fat; A sandy soil has finesse, lightness, but sometimes too much and the wine has a risk of being thin.” Do we not already need to know the terroir, in order to feel in one's mouth a direct emanation of their plastic properties? Moreover, have we not entered into a universe close to the Baudelairian “correspondences” one?

Indeed, it is not a question of an illustration of a general attribute of tasting vocabulary : subjected to the games of symbolism, it inextricably mixes objective evaluations and valuations. Each type of attribute is expressed in the same way in a graduation of terms more or less imagined capable of translating the excess and the defect. The sweet taste ranges from melted to pasty, from acidity of the (fresh) to the green (, from the astringency from the robust wine to bitter ...but we also learn that wines are masculine or feminine, fleshy or angular (when they are not, frankly, taken to bits), soft or stern... Precise and relatively descriptive in its analytical phrase, the tasting vocabulary seems all the more directed to the metaphor that it aims at the global appreciation of the aesthetic type. The master word of the synthesis is that of equilibrium, specified by the three adjectives of round, melted, and robust. But, a “gustatory imagery” must take the reins from these qualifications that are already quite enigmatic as soon as it establishes the obligation of its praise . “The adjectives that are applied to the goodness of the wine, to its approval, do not surprise anyone”, writes Émile Peynaud, “Good or bad, agreeable or disagreeable, succulent, “tasty”... or tasteless; they are in their place and cannot be contested. But those who report to the “beauty” of wine already respond to a certain transposition of language. It is a convention to accept. A beautiful wine has charm, demeanor, brilliance and is even chic. Following the eloquence of the taster and their enthusiasm, it will be qualified, trendy, elegant, charming, charmer r, brilliant, distinguished, graceful, even with a little sumptuous exaggeration, alluring, luxurious, enticing or

enticer (1983: 167)!" One has difficulty to limit, in fact, this social vocabulary of quality : "We counter classified wine (that is to say, the categorized wines), wine that is distinguished, noble, rich, with everyday wine, common, coarse, boorish, generic, vulgar, plebeian, poor, commonplace , ordinary, standard, and unpretentious (ibid.)."

I will not go further with this inventory , of which an exhaustive study (with variations of the theme : the savage thought in the service of distinction) would constitute a very interesting object for ethnology. Certainly, the submission to a floating vocabulary is not an unalterable obstacle to the development of efficient tasting techniques. I simply doubt that the notion of "beauty" of a wine never becomes a scientific concept... In stressing the limits of an objectification of aesthetic categories, I do not want to reaffirm the rights of subjectivity, nor to lessen the game of judgments for what is at stake socially. On the contrary, an aesthetic experience of wine seems inseparable from the social discussions and validations which constitute the framework : if they have acquired the pretension to judge wine well, the new enthusiasts have at the same time produced the aesthetic experience of tasting. The latter is distinctly different to all the real competence, it only exists in the cultural validation of a sensation. Is that not the fate of all the arts?

From this perspective one understands some typical traits of a popular wine culture which seems to have no other effect than to engender, in all possible ways, discourse. To the amateur, the offered library is in fact very heterogeneous : besides the "art" books are already cited to which historical studies can be associated, one finds the technical works (for example, lists of all the producers of such and such A.O.C.) that one would imagine rather reserved for the professions of trade, and finally purchase guides. With each delivery, the specialized journals generally include these three sections. Beyond the immediate commercial implications of this literature and the explicit effects of celebration, it is a question of offering to each person, according to their

inclinations, the means of an enlightenment in the service of loving wine. Is wine not better as soon as one knows something about it?

All this amounts to relativizing the effects of a formation of taste which, logically, should however remain the honoured instrument of a culture aimed at the pleasure of the senses. The proliferation of purchasing guides is enough to cast a shadow over the autonomous competence of consumers : why convene just as many authorities, establish in such a manic way the ranking if everyone is able to judge? Why maintain the myth of tasting glasses called “ruthless” , which, adapted to each big wine type, would multiply your capacities of discrimination? Always delegated, buried in the countless accumulation of innumerable peripheral rituals (the only preparation of bottles occupies eleven pages in the book of E. Peynaud !), subject to the social imperative of celebration, the tasting capacity is presumed without even truly being put to the test : all is done so that the wine is good (right?)...

I will conclude by noting that the flask truly seems to outweigh drunkenness. Is drunkenness not the great absence of these discussions of aesthetics? The love of wine does not come without handicaps on the market of legitimate values: some of sensitive faculties are traditionally devalued (the taste and smell), it must, as well, stand out from the seductions of drunkenness, a little like the eroticism must entirely refute pornography and its simple psychological effects. From *l'Abus de boisson*, Kant already wrote that a “warning against this vice should be superfluous in the controlled classes” (1979 : 50). E. Peynaud echoes him by noting in the conclusion of his already cited work : “The know-how to drink is part of manners just like table manners...[for good wines] teach temperance to whoever wants to listen to their message. It is with wine and its tasting that man can learn the civilized way of drinking (1983: 234).” Long deprived of all value in the order of legitimate culture, drunkenness is thus relegated excluding the field of civilization! Certainly, “the know-how to drink took long to acquire, and it cannot be claimed that is so

widespread nowadays (ibid.)”. Does it not truly realize, in fact, his aesthetic essence in the “Tasting-without-drinking” of the professional taster? If such is the obliged culmination of the new culture of wine, let us wager that it will drag on for a long time again like a guilty shadow, the vulgar “redness of the face ” of the merry drinker who was once the pride of the Burgundians.

Source:

Albert, Jean-Pierre. "La nouvelle culture du vin." *Terrain. Anthropologie & sciences humaines*. Ministère de la culture / Maison des sciences de l'homme, 11 Apr. 2005. Web. 28 Feb. 2017.

URL: <http://terrain.revues.org/2961>