¿ Interrogations ?
revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales

Comité de rédaction

AAC N° 29 – In Vino Humanitas. Des usages du vin dans les sociétés

Pour citer l'article

Comité de rédaction, « AAC N° 29 – In Vino Humanitas. Des usages du vin dans les sociétés », dans *revue ¿ Interrogations ?*, Appels à contributions en cours [en ligne], http://revue-interrogations.org/AAC-No-29-In-Vino-Humanitas-Des (Consulté le 7 mai 2024).

ISSN 1778-3747

Tous les textes et documents disponibles sur ce site sont, sauf mention contraire, protégés par la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 France.

La politique éditoriale de la revue

¿ Interrogations ? est une revue à comité de lecture. Tous les articles reçus sont d'abord soumis à une pré-expertise interne au comité de rédaction, qui évalue leur pertinence scientifique, ainsi que leurs qualités rédactionnelles. Ils sont ensuite soumis à une double expertise à l'aveugle, réalisée anonymement par le comité de lecture ou par des chercheurs sollicités à l'extérieur.

La revue est indépendante de toutes institutions (universités, laboratoires, etc.) et de toutes écoles. Elle défend la pluridisciplinarité et le croisement des regards épistémologiques et méthodologiques.

Dans un souci de diffusion de la connaissance, l'ensemble des numéros est en libre accès sur le site internet de la revue (http://www.revue-interrogations.org), dès leur mise en ligne et ce, sans aucune restriction.

Appel à contribution N° 29 - In Vino Humanitas. Des usages du vin dans les sociétés

Numéro coordonné par Florent Schepens et Maylis Sposito-Tourier

> « Il y a plus de philosophie dans une bouteille de vin que dans tous les livres »
>
> Louis Pasteur

Le vin est l'alcool préféré des Français. En 2015, ont été produits 240 millions d'hectolitres de vin dans le monde, ce qui représente, selon l'Office Interprofessionnel des Vins (OIV), un marché mondial de 73 milliards d'euros. La France y tient une place particulière : 1er exportateur mondial, elle produit 16% des quantités disponibles (Qqf1, 2017).

S'il est une « boisson totem » (Barthes, 2010 [1957]) pour l'Hexagone, il est aussi une substance psychoactive dangereuse (Nahoum-Grappe, 2016). On estime qu'environ 10% des décès – par accident ou maladie – sur le territoire national sont dus à l'alcool, chiffre auquel on peut ajouter la dégradation des conditions sanitaires et sociales des personnes souffrant d'alcoolisme (Fainzang, 1996 ; Pedersen, 2015). Pour autant, les risques encourus n'empêchent pas les Français de boire – 11,7 litres d'alcool pur par an quand la moyenne européenne est de 10,3 litres (Richard et al., 2015a) – et, de surcroît, de boire à la santé d'autrui.

Les usages du vin et les représentations sanitaires qui lui sont accolées ont considérablement changé à travers les siècles. Considérée, fin XIXe- début XXe comme une boisson salubre, un aliment aux vertus microbicides voire comme un bouclier contre l'alcoolisme – à l'inverse de l'alcool industriel distillé (Lucand, 2015) – la consommation de vin mène aujourd'hui à des questionnements sur la santé humaine et environnementale. Parler de « risque alcool » (Berger, 2008) ou, a contrario, promouvoir la vinothérapie et questionner l'usage intensif de produits phytosanitaires sont des éléments qui interrogent le vin tout autant que ceux qui le produisent et le consomment.

L'alcool en général et le vin en particulier développent un univers complexe qui semble avoir une influence sur de nombreux aspects de la vie humaine. Ce numéro de la revue ¿ Interrogations ? vise à interroger le vin, de son élaboration à sa consommation, en passant par sa vente ou encore par les injonctions sanitaires dont il fait l'objet. Pour ce faire, d'autres thématiques ou produits pourront être présentés dans les articles avec pour objectif d'analyser les usages du vin – vin et bière, vin et gastronomie, vin et culture, vin et santé, vin et paysage…

Quelques pistes non exhaustives :

D'abord, le consommateur

Boit-on les mêmes vins pour les mêmes raisons à travers des pratiques semblables ? Si le vin est un produit particulier, c'est aussi qu'en matière d'alcool en France, on ne fait pas ce que l'on veut. Refuser le verre qui vous est tendu peut revenir à refuser la relation. Refuser de boire quand on est un homme, c'est prendre le risque de voir sa virilité mise en doute. En effet, il faut « tenir l'alcool » car « boire comme un homme » est une preuve de sa puissance (Goussot et al. 2015 ; Le Hénaff, 2016). A l'inverse, le fait de « trop » boire pour une

femme met en péril sa respectabilité (Goussot et al., 2015 ; Déroff, Fillaut, 2015). Aussi nous pouvons nous demander si l'alcool donne un genre (Gaussot et al., 2016) et, si tel est le cas, en quoi il est un marqueur sexué. Si alcools forts et bières sont d'usage majoritairement masculins, hommes et femmes boivent du vin (Richard et al., 2015b). L'alcool peut aussi marquer la classe sociale. Tandis que les hommes en consomment davantage dans les catégories socioprofessionnelles (CSP) les moins favorisées, la tendance est inversée pour les femmes : leur consommation augmente avec leur CSP (Beck, Legleye, De Peretti, 2006). Ceci nous donne l'occasion d'interroger le sens de la consommation elle-même. Si les différentes formes de consommation d'alcool étaient jusqu'à maintenant fortement genrées – les hommes buvant plus souvent et en plus grande quantité que les femmes – l'écart semble se réduire, notamment via les pratiques des étudiantes (Déroff, Fillaut, 2015). La consommation de vin est-elle un marqueur d'âge, une pratique qui souligne une transition (Diasio, 2015) ?

Que recherche-t-on dans la consommation de vin ? Pour le moins la sensation d'ivresse2 (Nahoum-Grappe, 1991), sinon ne consommerions-nous pas que de l'eau ? Il semble qu'en France, « boire un coup » ne se fait pas avec du soda ou du café. Est-ce pareil dans les autres pays ? Que permettent ces bouteilles partagées ? Entre hommes et femmes ? Entre « riches » et « pauvres » ? Entre « jeunes » et « vieux » ? En France et à l'étranger ?

Le consommateur peut être étudié dans son rapport au vin à partir d'autres entrées : consommation qualitative / quantitative, usages culturels, symboliques du vin, marketing, réputationnel (« boire l'étiquette »)…

Ensuite, le vendeur

Le marché du vin (Chiffoleau, Laporte, 2004) est étonnant : parfois produit de luxe où une bouteille unique peut se négocier plusieurs dizaines de milliers d'euros, parfois produit de consommation courante, le vin est l'objet de pratiques distinctives.

Si, en France, le vin est vendu majoritairement dans les supermarchés (88% - Vin et Société, 2018), est-il un produit de consommation comme un autre ? Les magasins jouent sur les codes de la tradition pour mettre les bouteilles en scène (présence de tonneaux, rayonnage en bois, etc.). Ce sont les mêmes éléments que l'on retrouve chez les cavistes (6% des ventes) et chez les vignerons (4% des ventes). Ces derniers peuvent s'inscrire dans des circuits œnotouristiques au développement récent en France (Rigaux, 2018) : à côté de la visite de la cave et de la vigne, il est maintenant possible de déguster les vins dans le restaurant du vigneron et, parfois, de visiter des musées. Le vin se veut-il produit culturel ? Culture que l'on retrouve derrière la création de « cités du vin » à Bordeaux, à Beaune, etc., cités visant à promouvoir le vin et ses terroirs, mais aussi les savoirs liés à la vigne.

De nombreuses autres questions peuvent être posées : quelles bouteilles consomme-t-on chez les restaurateurs ? Quelle est la place du sommelier ? Qui construit les classements, les palmarès, les revues et livres spécialisés qui sont aussi des outils de vente (mais pas uniquement…) ? Permettent-ils de réduire la distance entre « experts » et « amateurs » plus ou moins éclairés, notamment à travers une démocratisation des discours spécialisés sur le vin ? Quelle influence a ce « nouveau » savoir sur les pratiques d'achat et de consommation ?

Qui vend et comment ? Qui achète et où ? Quelles reconfigurations du marché implique l'usage d'internet et de la vente en ligne ? Quel rôle l'État, les différentes associations catégorielles et ligues jouent-ils dans la valorisation des vignobles, dans la régulation des consommations voire dans leur interdiction ? Qu'en est-il hors de France ?

Pour finir, le producteur

De multiples acteurs sont présents dans le monde de la production des vins : viticulteur, vigneron, maître de chai, coopérateur, œnologue… Ceci souligne une division du travail et de l'expertise complexe. Aussi, qui fait du vin et comment ?

Si le vin était une affaire d'hommes – dans la plupart des civilisations, les femmes étaient exclues des situations où l'on consomme de l'alcool (Douglas, 1987) – les femmes se font progressivement une place dans les vignobles. Leur prénom, parfois leur nom mais le plus souvent accolé à celui de leur conjoint, apparaît maintenant sur de nombreuses étiquettes. Parfois cantonnées à la vente et à la communication, elles peuvent aussi participer aux travaux de la vigne et à l'élaboration du vin. Les premières œnologues, maîtresses de chai ou vigneronnes ont investi ce milieu et y sont légitimes. Il faut dire qu'elles sont actives et s'organisent pour

donner de la visibilité à leur travail – le cercle Femmes de vin regroupe par exemple 200 vigneronnes en France.

Le vin est également un marqueur identitaire et notamment un marqueur régional (Schlienger, Braun, 2004), les producteurs ainsi que les consommateurs étant souvent attachés à leur terroir et donc, à leur vin. Il est aussi une mise en forme particulière des territoires (Jacquet, Laferté, 2005), des paysages à travers lesquels ont été notamment organisés des parcours pour favoriser le développement de l'œnotourisme (Rigaux, 2018) – dix mille caves touristiques ont accueilli près de 10 millions d'œnotouristes en France en 2015 (Qqf, 2017). Cependant, la fabrication du vin, c'est aussi beaucoup de chimie plus ou moins nocive pour l'environnement et l'être humain (consommateurs, riverains, professionnels…). Quels effets engendrent ces produits sur la représentation que l'on se fait du vin ? Qu'en est-il pour les vins « bio » ?

La revue étudiera toute proposition provenant des sciences humaines et sociales centrée sur cette thématique du vin.

Références bibliographiques

Barthes Roland (2010), *Mythologies*, Paris, Seuil.

Beck François et al. (2006), « L'alcool donne-t-il un genre ? », *Travail, genre et sociétés*, n° 15, pp. 141-160.

Berger Raphaël (2008), « Le vin, un produit à risque qui s'embourgeoise », Crédoc, *Consommation et modes de vie*, n°216.

Chiffoleau Yuna, Laporte Catherine (2004), « La formation des prix : le marché des vins de Bourgogne », *Revue française de sociologie*, vol. 45, n° 4, pp. 653-680.

Corbeau Jean-Pierre (2004,) « Réflexions sociologiques « en vrac » sur le vin », *Anthropology of food*, n° 3 En ligne

Déroff Marie-Laure, Fillaut Thierry (2015), *Boire : Une affaire de sexe et d'âge*, Paris, EHESP.

Douglas Mary (1987), *Constructive Drinking : Perspectives On Drink From Anthropology*, Cambridge, Cambridge University Press.

Gaussot Ludovic, Palierne Nicolas, Le Minor Loïc (2016), « Rapport au boire et au risque en milieu étudiant : dépassement ou déplacement du genre ? », *SociologieS*, http://journals.openedition.org/soc… (consulté le 10 mai 2018).

Gaussot Ludovic, Palierne Nicolas, Le Minor Loïc (2015), « Modération et sobriété chez les étudiants : entre ethos de vie et résistance aux normes », *Cahiers interne de psychologie sociale*, vol. 3, n° 107, pp. 341-73.

Jacquet Olivier, Laferté Gilles (2005), « Appropriation et identification des territoires du vin », *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, n° 6, pp. 10-27.

Le Henaff Yannick, Routier Guillaume (2013), « Les conduites d'alcoolisation dans le monde étudiant », *Cahiers de l'ireb*, n° 21, pp. 213-217.

Le Henaff Yannick (2016), « Apprendre à « gérer » sa consommation : une approche biographique de l'alcoolisation chez les étudiants », *Agora débat/jeunesses*, vol. 1, n° 72, pp. 61-74.

Le Henaff Yannick (2013), « Les conduites d'alcoolisation dans le monde étudiants : une approche en terme de processus », *Cahiers de l'ireb*, n° 21, pp. 213-7.

Lucand Christophe (2015), *Le Pinard des poilus. Une histoire du vin en France durant la Grande Guerre* (1914-1918), Dijon, EUD.

Musset de Alfred (1863), *Premières poésies. Charpentier*, Bibliothèque de Catalogne.

Nahoum-Grappe Véronique (1991), *La culture de l'ivresse*, Paris, Quai Voltaire.

Nahoum-Grappe Véronique (2016), « Le sens de l'ivresse », *Revue de la BNF*, vol 2, n° 53, pp. 12-17.

Pedersen Line (2015), *Expertises et addictions. Trajectoires de déprise à l'épreuve des groupes d'entraide et des centres de soin en addictologie (CSAPA)*, Thèse de doctorat, 2015, Université de Franche-Comté.

Pineau Christelle (2015), « Vin à vendre, femmes « objets » de convoitise » dans Déroff Marie-Laure et Fillaut Thierry (Dir.), *Boire : Une affaire de sexe et d'âge*, Paris, EHESP, pp. 95-104.

Richard Jean-Baptiste, Palle Christophe, Guignard Romain, NguyenThanh Viet, Beck François, Arwidson Pierre (2015a), « La consommation d'alcool en France en 2014 », *Evolutions*, n° 32.

Richard Jean-Baptiste, Beck François, Spilka Stanislas (2015b), « La consommation d'alcool des 18-25 ans en 2010 en France : spécificités et évolutions depuis 2005 », *Bull. Epidemio. Hébdo*, n° 16-17-18, pp. 176-179.

Schlienger Jean-Louis, Braun André (2004), *Le buveur alsacien : Petite histoire de l'art de boire entre Vosges et Rhin*, Strasbourg, La nuée bleue.

Vin et Société : http://www.vinetsociete.fr/

Modalités de soumission des articles

Les articles, rédigés aux normes de la revue, devront être envoyés jusqu'au **15 décembre 2018, aux deux adresses électroniques** suivantes :

florent.schepens@univ-fcomte.fr

maylis.sposito@univ-lorraine.fr

Ils ne doivent pas dépasser **50 000 signes** (notes et espaces compris) et doivent être accompagnés d'un résumé et de cinq mots-clés en français **et** en anglais.

Les articles devront répondre aux **normes de rédaction** présentées à l'adresse suivante : http://www.revue-interrogations.org...

Publication du numéro : Décembre 2019

Appels à contributions permanents

La revue accueille également des articles pour ses différentes rubriques, hors appel à contributions thématique :

♦ La rubrique « Des travaux et des jours » est destinée à des articles présentant des recherches en cours dans lesquels l'auteur met l'accent sur la problématique, les hypothèses, le caractère exploratoire de sa démarche, davantage que sur l'expérimentation et les conclusions de son étude. Ces articles ne doivent pas dépasser 25 000 signes (notes et espaces compris) et doivent être adressés à **Émilie Saunier** : emiliesaunier@yahoo.fr

♦ La rubrique « Fiches techniques » est destinée à des articles abordant des questions d'ordre méthodologique (sur l'entretien, la recherche documentaire, la position du chercheur dans l'enquête, etc.) ou théorique (présentant des concepts, des paradigmes, des écoles de pensée, etc.) dans une visée pédagogique. Ces articles ne doivent pas non plus dépasser 25 000 signes (notes et espaces compris) et doivent être adressés à **Agnès Vandevelde-Rougale** : a-vandevelde@orange.fr

♦ La rubrique « Varia », accueille, comme son nom l'indique, des articles qui ne répondent pas aux différents appels à contributions ni aux rubriques précédentes. Ils ne doivent pas dépasser 50 000 signes (notes et espaces compris) et doivent être adressés à **Audrey Tuaillon Demésy** (audrey.tuaillon-demesy@univ-fcomte.fr) ET **Laurent Di Filippo** (laurent@di-filippo.fr)

♦ Enfin, la dernière partie de la revue recueille des « Notes de lecture » dans lesquelles un ouvrage peut être présenté de manière synthétique mais aussi critiqué, la note pouvant ainsi constituer un coup de cœur ou, au contraire, un coup de gueule ! Elle peut aller jusqu'à 12 000 signes (notes et espaces compris) et doit être adressée à **Florent Schepens** : florent.schepens@univ-fcomte.fr

Par ailleurs, les auteurs peuvent nous adresser leur ouvrage pour que la revue en rédige une note de lecture à l'adresse suivante : MSHE Claude Nicolas Ledoux, Revue Interrogations, 32 rue Mégevand, 25030 Besançon Cedex. Cette proposition ne peut être prise comme un engagement contractuel de la part de la revue. Les ouvrages, qu'ils soient ou non recensés, ne seront pas retournés à leurs auteurs ou éditeurs.