¿ Interrogations ?
revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales

Verdier Benoît, Cailloux Marianne

Prométhée du monde viticole : la figure de l'œnologue dans les fictions françaises de 1960 à nos jours

Pour citer l'article

Verdier Benoît, Cailloux Marianne, « Prométhée du monde viticole : la figure de l'œnologue dans les fictions françaises de 1960 à nos jours », dans *revue ¿ Interrogations ?*, N° 29. In Vino Humanitas. Des usages du vin dans les sociétés, décembre 2019 [en ligne], http://revue-interrogations.org/Promethee-du-monde-viticole-la (Consulté le 19 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.

Résumé

Dans l'écologie professionnelle du monde du vin, cet article se focalise sur la figure de l'œnologue. Si les premiers œnologues (Émile Peynaud et d'autres) apparaissent dans les années 1950, il faut attendre la fin des années 1980 pour les découvrir dans les scénarios français. L'analyse des fictions françaises (traitant du monde viticole) de 1960 à nos jours corrobore la réalité sociale de l'avènement de cet expert dans la production du vin au XXIe siècle. Omnipotent, son avatar télévisuel dispose du don d'ubiquité tant il intervient sur les différents territoires de ce monde professionnel. La figure de l'œnologue en tant que consultant est hypertrophiée au détriment de son homologue de laboratoire, invisibilisé mais dont la professionnalité à travers les techniques et technologies de laboratoire est exaltée. En effet, la technique mise en images ici rend la science du vin spectaculaire : il ne s'agit pas de faire DU vin mais UN vin.

Mots clés : Représentation, fictions, séries télévisées, œnologie, métier

Abstract

The winemaking world Prometheus : The oenologist figure in the french fictions from 1960 to nowadays

Within the frame of the professional ecology of the world of wine, this article focuses on the oenologist figure. Even though the first oenologists appeared in the 1950s (like Emile Peynaud), it was not until the end of the 1980s that they came out in French TV series. The analysis of the French fictions (dealing with the wine world) from 1960 to nowadays confirms the social reality of the advent of this winemaking expert during the 21st century. Omnipotent, his TV avatar has the gift for ubiquity as he intervenes in the different territories of this professional world. The figure of the consultant oenologist is hypertrophied at the expense of his laboratory counterpart, which is made invisible, but whose professionalism through laboratory techniques and technologies are praised. Indeed, the technique put into images makes the science of wine spectacular : it is not about making wine but A wine.

Keywords : Representation, fiction, TV series, oenology, occupation

Introduction

« Chacun, sur les rangs qui l'entourent, mâche les peaux et les pépins afin d'apprécier la teneur en tannins et en arômes des baies dégustées, et afin d'identifier le goût des pépins, épreuve décisive lorsqu'il s'agit d'évaluer la maturité des raisins » (Chauvin, 2011 : 136). Cette description ethnologique [1] correspond en tout point à une scène que l'on retrouve régulièrement dans les séries télévisées portraiturant le monde viticole (déjà en 1974 dans un épisode des *Cinq dernières minutes, Rouges sont les vendanges*). Pourtant, cette pratique ancestrale en vient à se technologiser quand il s'agit d'appréhender la maturité du raisin en piquant une sonde à l'intérieur ou de les faire analyser (*Les veuves soyeuses, Le Sang de la vigne,* 2014). Réalisée par l'œnologue, cette action anecdotique demeure malgré tout symptomatique de la place particulière de cet acteur dans l'écologie professionnelle (Abbott, 2005) du monde vitivinicole dans cette première partie du XXIe siècle (Olivesi, 2016, 2018 ; Chauvin, 2011).

Selon Olivesi (2016 : 7), la publication des premiers guides des vins (à partir de la fin des années 1960) peut apparaître comme l'expression de l'évolution de la manière de faire du vin « en introduisant de nouvelles manières de travailler la vigne et de nouvelles techniques de vinification synonymes de rationalisation de la production, [et] en s'appuyant pour cela sur les apports de l'œnologie ». Seule formation reconnue pour être œnologue en France, le diplôme national d'œnologie [2] est créé en France en 1955. Figure emblématique, Émile Peynaud marque considérablement et durablement cette profession tant géographiquement que dans sa professionnalité. Il est à la fois le créateur et le parangon du segment professionnel de l'œnologue-conseil.

Deux périodes caractérisent cette activité professionnelle. L'œnologie naît avec Jean-Antoine Chaptal et Louis Pasteur dans les années 1860. À ses débuts, dès la fin du XIXe, cette nouvelle science du vin renvoie à des techniques d'amélioration du produit : on parle d'œnologie curative marquant la prégnance d'un mode opératoire intervenant en aval au moment de la vinification notamment en termes de correction. Ce n'est qu'à partir des années 1970 (et surtout dans les années 1980 et ultérieurement) que commencent à se diffuser dans

la filière professionnelle des solutions œnologiques pour développer et généraliser ensuite la dégustation organoleptique (Peynaud, 1972, 1980). À partir des années 1970, « grâce à l'amélioration des techniques analytiques, de la connaissance des différents types de fermentation, de la maîtrise des vinifications et de la dégustation » (Chauvin, 2011 : 133), la finalité de l'intervention humaine sur le vin change de temporalité et d'angle : l'œnologie préventive intervient également en amont, dans les vignes, pour mieux maîtriser les processus naturels de la vinification particulièrement en termes de qualité du vin.

Qu'est-ce que la télévision fait de cette figure professionnelle ? Comment est-elle sémiotisée dans les fictions ? À quel moment ce personnage apparaît-il ? Qu'en font les scénaristes ? Qu'est-ce que cela nous dit de l'évolution du monde viticole de ces trente dernières années [3] ? Nous nous appuyons sur le cadre théorique proposé par Sarah Lécossais (2017) pour qui la notion d'« imaginaires communicationnels » de Lochard et Soulages (1994) initialement mobilisée pour l'analyse des talk-shows se révèle très opérationnelle pour l'analyse des fictions TV. En effet, selon l'autrice, cette notion « *permet d'appréhender « les contraintes représentationnelles des pratiques discursives des acteurs supportant les dispositifs de médiation de ces émissions » (Lochard et Soulages, 1994, 16). Ces contraintes renvoient à différents types de normes : prescriptives, (auto)évaluatives ou fictives* » (Lécossais : 157) en référence au concept d'« imaginaire linguistique » d'Anne-Marie Houdebine qui a mis en évidence chez les journalistes une *« norme fictive »* définie « par la prise en compte du destinataire, même s'il s'agit d'un destinataire idéalisé ou fantasmé » (1994 : 17).

Avec Sarah Lécossais (2017), nous pensons qu'à l'instar des journalistes et des animateurs de talk-shows, les scénaristes comme les producteurs de fiction sont imprégnés de ces « imaginaires socio-discursifs qui président aux opérations de mise en discours » (Boyer et Lochard, 1998 : 23) et par conséquent de mise en images. Les fictions offrent une théâtralisation du « drame social du travail » (Hughes, 1996b) en termes d'arc narratif, de décor ou de mise en scène permettant ainsi une mise en images de la « représentation » des professionnels, une sémiotisation de leur vie quotidienne, de leur activité. Dans ce cadre, nous considérons les fictions – de même que les différentes émissions d'information – comme « des instances de fabrication d'une réalité imaginaire sans cesse reconstruite » (Boyer et Lochard, 1998 : 28), comme un espace de médiation, voire de traduction (Macé, 2001). Elles constituent ainsi des ressources culturelles importantes qui permettent d'avoir accès aux conflits de définition d'un professionnel dans l'exercice de sa fonction au sein de la sphère publique. Dans cet article, considérant les fictions comme un espace de discussion ou de réagencement des normes sociales (Macé, 2006), il s'agit d'analyser comment les fictions mettent en mots et en images (en scène) cette figure de l'œnologue et par conséquent de mettre au jour les imaginaires communicationnels singuliers, les *« logiques de construction discursive »* (Boyer et Lochard, 1998) des scénaristes, des producteurs à l'origine de cette mise en fiction de cette profession.

Après avoir présenté le corpus et la méthodologie de cette recherche, nous présenterons d'abord la toute puissance de cette figure professionnelle pour ensuite l'interroger à l'aune de la notion d'assignation de genre, confirmant le poids de la masculinité dans ce monde professionnel. Nous verrons ensuite que la sémiotisation de l'œnologue passe par une sur-exposition d'une part d'un segment professionnel (le consultant) et d'autre part de la technologie. Ce primat de l'outillage scientifique marque l'idée de transparence par une connaissance fine de l'infiniment petit des constituants des vins permettant de construire "une" vérité qui vient légitimer un discours composé d'intuitions et d'expériences de terrain.

Corpus et méthodologie

Notre propos s'appuie sur un corpus global constitué de 104 programmes fictionnels diffusés entre 1964 et 2015 [4] dont l'intrigue se situe (ou le personnage central agit) au cœur du monde de la vigne et du vin. Il a été réalisé dans le catalogue de l'INA à partir de mots-clés tirés du champ sémantique des métiers de la vigne. Nous avons délibérément éliminé les fictions de type historique qui proposent une reconstitution du milieu viti-vinicole à différentes époques. Seules les fictions mettant en scène, en images, ce domaine professionnel contemporain de son époque ont été conservées. Pour cette recherche spécifique, nous avons travaillé à partir d'un sous-corpus répertoriant, à l'intérieur du corpus global, les œuvres fictionnelles mettant spécifiquement en image et en discours l'œnologie. Il est constitué de 3 séries et 3 téléfilms-épisodes uniques correspondant à 61 unités fictionnelles (*cf.* annexe).

Si l'analyse porte sur l'ensemble de ce sous-corpus « œnologie », la série *Le sang de la vigne [5]* composée de 22 épisodes prend une place importante dans cette contribution car c'est la seule et unique série de notre corpus à être centrée spécifiquement sur ce métier d'œnologue. Avant 2011 (date de diffusion de cette série),

la figure professionnelle de l'œnologue n'apparaît que sporadiquement en tant que personnage secondaire ou dans la représentation et le discours associé : à la fin des années 1980 dans une série intitulée *L'affaire Saint Romans* (1988) puis dans la série *Tout feu, tout femme* (1994), les téléfilms *Le raisin d'Or* (1995) et *Le secret* (1997) et enfin dans un épisode *La femme battue* (2000, série *Une femme d'honneur*).

À partir de 2011, ce professionnel prend corps et sert de personnage principal et récurrent dans cette série *Le sang de la vigne* adaptée des livres de Jean-Pierre Alaux et Noël Balen (qui s'inspirent d'un œnologue médiatiquement connu : Michel Rolland). Cette fiction met en scène le monde viticole à travers les investigations menées par Benjamin Lebel, œnologue réputé, installé dans la région bordelaise où il est également expert judiciaire auprès des tribunaux. Il intervient dans le cadre d'une expertise d'un stock de vin, de la mise en place d'une nouvelle cuvée… dans les différents vignobles de France et est assisté de deux collaborateurs (Mathilde Delaunay et Silvère Dugain, assistants œnologues) et de sa compagne France Pelletier (œnologue également).

Nous avons privilégié une analyse au croisement de l'analyse sémio-narrative et de contenu (Jost, 2007 ; Esquenazi, 2010). Chaque épisode a fait l'objet d'un codage sur une grille articulée en trois grandes catégories, que nous présentons avec les sous-ensembles qui ont été traités à la fois par une analyse sémantique des discours et une analyse anthropologique visuelle :

les types de figure viticole (les fonctions professionnelles, suivant le genre, l'importance narrative du personnage ainsi que les techniques/technologies utilisées) ;
la structure foncière des structures décrites dans la fiction (type de propriété, taille de l'exploitation, type de transmission, les appellations potentielles, la gestion marketing, le positionnement dans les différents secteurs viti-vinicole) ;
les représentations culturelles (description du vêtement, les croyances liées au vin, pratiques langagières, régulation technique du vocabulaire, le positionnement professionnel traditionnel, innovant ou hybride) Une fois cet encodage réalisé, chaque fiction a été traitée dans une approche qualitative compréhensive en sélectionnant les séquences pertinentes aux axes de recherche problématisés (particulièrement dans ce travail autour de la figure professionnelle « *œnologue* » dans notre grille) : en transcrivant les dialogues concernés et en décrivant systématiquement les compositions visuelles des scènes correspondantes, pour compléter le dépouillement analytique du corpus.

Omnipotence et ubiquité dans la territorialité professionnelle

Depuis la création du diplôme (1955), il faudra plus de trente ans pour mettre en image cette spécialité professionnelle. Toute première fiction à intégrer l'œnologie dans sa narration, la série *L'affaire Saint Romans* (1988) met en scène une puissante famille bourguignonne, infiltrée dans les affaires publiques au niveau national, dont l'un de ses membres va développer une cuvée extraordinaire sur des terrains de piètre qualité afin d'effectuer une opération financière sur le foncier. L'œnologie est ici convoquée pour procéder au vieillissement factice d'un vin sur un temps très court. La composante chimie de cette activité professionnelle est mise en exergue : bonifier artificiellement un vin. On retrouvera ce thème vingt ans après notamment dans l'épisode *Mission Pessac* de la série *Le sang de la vigne* (2012).

Pour sa première sémiotisation dans les fictions françaises, cette activité professionnelle apparaît dans une vision démoniaque de sa professionnalité. L'œnologue semble être dépositaire d'un savoir qui lui permet de modifier les caractéristiques organolepto-chimiques du vin. Ennemi de la tradition et de la qualité, comme le dit un des personnages quand l'opération frauduleuse est dévoilée : *« Bon vin ne sait pas mentir »*, l'œnologie est assimilée à une intervention malhonnête de la chimie dans la vinification. Le caractère positif de l'œnologie est loin d'être marqué : elle s'apparente plus à de l'alchimie (pouvoir de « changer l'eau en vin » ou comme l'indique un personnage « du vinaigre en vin ») que d'une chimie du vin (*L'affaire Saint Romans*, 1988). Cette représentation négative s'expose sur le mode d'une méfiance vis-à-vis de cette « nouvelle » activité professionnelle (dénommée œnologie curative) au sein du milieu viticole.

Si, ponctuellement, dans les années 1990, quelques séries (comme *Tout feu, tout femme* (1994), *Le raisin d'Or* (1995), *Le secret* (1997)) font référence d'une manière laconique à l'œnologie, le passage au XXIe siècle marque un changement. Tout d'abord, La figure de l'œnologue prend corps le temps d'une scène dans un épisode de *La femme battue* (2000) en délaissant la chimie du vin pour utiliser une technologie de pointe (la résonance magnétique). Puis, à partir de 2011, la série *Le sang de la vigne* consacre l'œnologue comme un

acteur central dans la production du vin : il en est le personnage principal et récurrent.

La sémiotisation de cet expert dans cette fiction propose une activité professionnelle à deux niveaux : d'une part en termes de pratiques viticoles et de vinification (Olivesi, 2018) et d'autre part en termes d'influence du producteur de vin sur l'ensemble du territoire professionnel. Elle se matérialise sous le primat d'un des segments professionnels de l'œnologie, celui de consultant auprès de domaines viticoles, figure plus libre et fonctionnant donc mieux en termes de narratif romanesque, qu'un employé de maison. Cette sémiotisation colle à la définition de cette activité créée et développée par Émile Peynaud : « ce qu'il faut, c'est vivre l'activité des entreprises de l'intérieur. Le meilleur poste d'observation est celui de conseiller. "Tout savoir et rester discret" est sa devise. Il faut être sur place, au bon moment, faire croire qu'on possède le don d'ubiquité (Peynaud, Guillard, 1995 : 81) » (Chauvin, 2011 : 133). L'ensemble des épisodes de la série *Le Sang de la vigne* confirme ce positionnement stratégique dans ce segment professionnel. À l'instar du héros (Benjamin Lebel), cette figure de l'œnologue-consultant est une spécificité de la région bordelaise sous les traits d'œnologues « stars » comme Rolland en particulier, modèle du personnage de cette série (Olivesi, 2018 : 84).

« Avant on élevait le vin, maintenant on le produit » (épisode de *Femme d'honneur*, 2000). Avec cette « nouvelle » science, le vin sort de la sphère de l'artisanat et se travaille de la terre à la cuve : il s'agit dans cette conception de « construire un goût ». Pourtant, dans l'épisode *Chaos dans le vin noir* (*Le Sang de la vigne* 2014), Benjamin Lebel précise : *« Oui, enfin pour moi, le vin est tout un art »*. Il renvoie alors son agir professionnel à une dimension intrinsèque de pratique, d'art au sens de *Tekhnè*. Tout en conviant un vocabulaire technique, et scientifique, son discours (dans un certain lyrisme affectif) est empreint de tradition, de références aux anciens avec leur intuitive connaissance du climat, du terroir et d'un savoir-faire expérientiel. Dans un premier temps, il discourt sur le vin, le vignoble pour en venir ensuite aux analyses réalisées par ses acolytes qui corroborent et confirment ses hypothèses intuitives. Son observation et les relevés physico-chimiques lui permettent alors de comprendre les phénomènes et d'expliquer la réalité des faits.

Il oscille donc entre deux figures : l' « artisan » et le scientifique. Toute la sémiotisation de son « art » s'effectue dans une scientifisation et une technologisation de son activité qui prend sens pour l'une des missions qui lui est dévolue dans cette série, l'évaluation du produit « vin » en termes de qualité, de création et, finalement, de prix. Pour légitimer son action et donc sa place au sein de l'écologie professionnelle du monde du vin, il incrémente son discours subjectif composé d'une « alchimie » sensorielle (gustative, olfactive…), d'un glossaire technique et de critères objectifs quantifiables et vérifiables (liste et quantité de composants physico-chimiques). Le vin sort alors de la sphère du culturel, pour entrer dans celle d'un produit de consommation, dont il va contrôler la qualité tout au long du processus de fabrication et l'adapter au profil de la clientèle.

Un héros au masculin entouré d'(in)visibles assistants

Le personnage de Lebel dans *Le sang de la vigne* est entouré de deux assistants (un homme et une femme, Sylvère et Mathilde) et de sa compagne, France Pelletier, elle-même œnologue. Ces derniers représentent un autre segment professionnel de ce métier, celui d'œnologue de laboratoire. Lebel n'est donc pas seul dans son agir professionnel, pourtant toute son activité tourne autour de son seul nom. Il travaille sur tous les vins, sur tous les vignobles français. Sa réputation le précède et dépasse allègrement les frontières de la localisation de son siège social dans la région Bordelaise (qui représente le lieu de création de ce segment professionnel par Emile Peynaud dans les années 1970 (Olivesi, 2018)). Cet avatar télévisuel de l'œnologue-consultant consacré dans cette série s'écrit à partir d'une figure professionnelle reconnue et médiatique : celle de Michel Rolland. Les deux auteurs de la série (Jean-Pierre Alaux et Noël Balen [6]) ne cachent pas leur lien avec cet œnologue [7] qui aurait inspiré leur personnage de roman et qui est également le conseiller technique de la série.

Cette série montre que l'activité de cet expert (œnologue-consultant) s'inscrit plutôt dans un réseau de coopération. Est signifié dans la série tout un processus d'ajustements et de jugements des différents acteurs de ce monde professionnel, notamment à l'aide de ses assistants (mais aussi des propriétaires que l'équipe visite et accompagne). Si la réflexion est collégiale, la décision finale revient toujours à Benjamin Lebel. En outre, son expertise s'appuie sur sa réputation dans ce monde professionnel, puisqu'il est reconnu dans toutes les régions vinicoles françaises. Le prestige de son portefeuille de clients apporte du crédit à son expertise : il s'enrichit des décisions prises lors de ses conseils antérieurs pour mieux appuyer celles à prendre (Chauvin, 2010). Son expérience lors de contrats présentés comme haut-de-gamme légitime son activité et renforce sa place sur le marché maintes fois mise en avant dans le discours du client en début d'épisode.

Son équipe travaille pour lui et parfois à ses côtés dans les chais ou dans les vignes. Sur les vingt-deux épisodes, ils apparaissent régulièrement à l'écran et participent à la narration. Pourtant, s'ils sont présents à l'image, leur expertise est absente dans le discours des clients. En outre, Le personnage Benjamin Lebel évoque rarement leurs compétences. Il faut attendre la dernière saison pour que l'assistante devienne son associée [8]. On assiste à un phénomène singulier : ces assistants sont à l'image, mais s'évaporent dans le discours du personnage principal.

L'ensemble de ces éléments marque différents régimes de visibilité. Cette distribution du visible et de l'invisible tant dans l'image que dans le discours est normative et s'inscrit dans « un ordre du visible qui inclut autant qu'il exclut, qui promeut à l'avant-scène autant qu'il relègue aux coulisses, qui confère de la reconnaissance publique autant qu'il condamne à l'insignifiance » (Voirol, 2005 : 99). Les fictions proposent ainsi d'une part « ce qui vaut d'être vu » : un directeur et ses assistants dans une relation managériale classique d'une hiérarchie supérieur/subordonné et d'autre part « ce qui vaut d'être entendu » : un super héros dont les compétences et l'expertise reconnues hypertrophient sa réputation sociale et professionnelle. Ce discours émane des clients mais également de son entourage professionnel (ses assistants) et personnel (sa compagne) qui ne manquent pas d'éloge sur leur supérieur ou compagnon. Cette mise en images et en discours montre une réputation qui est le fruit d'un travail collectif lui permettant d'être très visibilisé socialement et professionnellement, à travers néanmoins un réseau de coopération qui accepte une invisibilité.

La sémiotisation de cette profession passe par la surexposition et l'hégémonie d'un segment, celui de œnologue-consultant, par rapport à l'invisibilité (traduit en état de subordination) d'un autre, celui d'œnologue de laboratoire. Elle tend à consacrer et à naturaliser un imaginaire communicationnel : le conseil en œnologie ne peut être le fait que d'un homme, seul et omnipotent, créant une dimension démiurgique de la figure car seul interprète compétent entre l'objet-sujet mystérieux qu'est le vin et le reste des hommes.

De la même façon, sur la période étudiée, bien que le corpus ne soit pas conséquent quantitativement (très peu de personnages d'œnologue dans notre corpus), les femmes œnologues dans les séries françaises existent mais restent dans l'ombre du laboratoire ou du consultant (*La femme battue* en 2000 ou l'assistante de Lebel ainsi que sa compagne dans la série *Le sang de la vigne*). Il apparaît clairement une assignation de genre qui « consiste à attribuer à une personne une place, une fonction, un rôle, et plus particulièrement, attendre qu'elle le performe en se conformant aux attentes sociales construites autour des identités de genre, selon qu'elle est perçue comme étant un homme ou une femme » (Damian-Gaillard, Montañola, Olivesi, 2014 : 13). En effet, ces femmes œnologues ont un rôle subalterne de faire-valoir tant dans la narration que dans l'activité professionnelle. L'imaginaire communicationnel les cantonne derrière des outils techniques pour analyser et donner les résultats ; ces figures féminines se concentrent uniquement sur la science : c'est la technicienne qui reste au laboratoire. À l'inverse, leur homologue masculin est au centre des intérêts et conjugue l'intuition et la science, le discours et la réflexion, le social et la recherche, le professionnel et l'affectif, sans contraintes ni pressions systémiques.

La « réalité » terrain montre également un tropisme masculin de ce segment. Pour la majorité, élève ou disciple d'Émile Peynaud, les grands œnologues-conseils se nomment Michel Rolland, Denis Dubourdieu, Éric Boissenot, Hubert de Boüard et Stéphane Derenoncourt (Olivesi, 2018 : 109). Notons qu'ils sont tous bordelais, spécificité de cette région pour cette figure professionnelle comme nous l'avons signalé. Toutefois, il existe également des consultants de renom en Champagne et en Bourgogne, mais ils sont spécialisés dans l'étude des sols : Claude Bourguignon, Yves Herody, Dominique Massenot. Comme nous l'avons observé à travers l'analyse de la représentation de la femme dans le monde du vin à travers les fictions de 1960 à nos jours, aucune figure féminine ne prend part à cette activité professionnelle spécifique [9] et rappelle l'observation de Pierre Chauvin (2011 : 135) qui souligne « le poids de la masculinité dans la construction symbolique du prestige vinicole (Simonnet-Toussaint, 2006), malgré tous les discours médiatiques sur la "féminisation" du secteur, le poids des femmes sur les décisions de consommation ou encore le caractère "féminin" de certains vins »

Du macro au micro : un monde professionnel habité par la vérité

Dans la série *Le Sang de la vigne*, le bureau du personnage principal, Benjamin Lebel, est le temple de la technologie dans lequel la science agît. Le décor aseptisé composé de murs blancs et d'une paillasse avec des outils techniques de laboratoire d'analyse, des pipettes, un microscope et un ordinateur, joue un rôle central pour signifier clairement un « univers » (Esquenazi, 2009) de représentation de la science et de la technique, jusqu'à la blouse blanche portée par les assistants. Déjà en 2000, dans un épisode de *Femme d'honneur*, un vin

est analysé par résonnance magnétique : la scène se déroule dans un laboratoire de recherche avec une spécialiste vêtue d'une blouse blanche. La scientificité des lieux marque les personnages et les identifie comme tels. Nous sommes en présence de l'idiome figuratif [10] du scientifique. Celui-ci est entendu comme l'ensemble des modalités d'expression visuelle correspondant à un métier, à une fonction et par extension à un groupe professionnel, et donc à un langage iconographique et culturel doté d'une valeur métonymique (Gadéa, 2016). Toute cette mise en images de l'espace professionnel, dans la série *Le Sang de la vigne*, participe à positionner le personnage de Benjamin Lebel, œnologue-consultant, comme un scientifique. Ces technologies vont permettre de sonder et d'analyser pour démontrer et confirmer les intuitions de l'œnologue-consultant par des résultats scientifiques.

La possibilité d'entrer au cœur de la matière, de se rendre au plus profond de l'infiniment petit, est signifiée tant par l'accumulation dans un même espace de matériels scientifiques que par cette grande baie vitrée coulissante permettant d'entrer dans le bureau (l'accès se fait par le jardin, et non par l'intermédiaire d'une porte dans un mur à l'intérieur d'une maison). Le verre sépare tout en unifiant l'intérieur et l'extérieur. Le laboratoire est (dans) le jardin et inversement. Cette paroi de verre propose et permet un regard, une vision, une incursion dans la nature. L'idéal de transparence d'un réel que l'on peut/veut observer, pénétrer, analyser, décortiquer par la technologie se manifeste à l'image et est corroboré dans le discours des personnages par l'utilisation d'un langage et d'un vocabulaire spécifiques.

L'ensemble de cette sémiotisation marque un imaginaire communicationnel d'un professionnel qui se consacre pleinement à réduire l'opacité du vin et à pénétrer dans son infiniment petit. Ce haut lieu de la transparence caractérise un espace professionnel dans lequel la vérité est en train de se faire et de s'écrire comme dans les laboratoires d'analyse du crime de certaines séries policières. Il n'y a qu'un pas pour affirmer que la série *Le sang de la vigne* est à la viti-viniculture ce que la série *CSI*, diffusée en France sous le titre *Les Experts*, est à la police. Au delà du fait que cette série soit policière [11] (« oeno-policière » pour les auteurs), la représentation du professionnel passe par les mêmes stigmates que la police scientifique : « Conformément au principe fondateur, montrer la matière du crime, c'est démontrer le réel du crime. Tel est l'objet de la collecte minutieuse et de l'examen des traces par les services de la police scientifique. Le crime Lab est le lieu où la matière du crime est mise en examen » (Wajcman, 2012 : 56). Dans l'épisode *Mission Pessac* (*Le Sang de la vigne* 2012), on a véritablement l'impression d'être dans cette série américaine tant l'installation de l'équipe au sein même de l'exploitation viticole est édifiante. Recouverts d'une combinaison blanche (de type risque biologique ou chimique), les collaborateurs œuvrent à l'intérieur d'une tente fonctionnant comme un sas de décontamination entre le chai et l'extérieur : c'est un laboratoire ambulant aménagé pour mieux circonscrire et analyser la maladie pour l'éradiquer. Nombreux sont les épisodes de la série *Le Sang de la vigne* dans lesquels Benjamin Lebel arpente les rangs de vignes, touche et hume la terre, goûte les raisins et observe des détails avec mystère alors qu'en parallèle ses assistants prélèvent des indices. Dans l'épisode *Du raffut à Saint Vivant* (*Le Sang de la vigne*, 2014), Mathilde, son assistante, une mallette de chimiste à ses côtés, extrait des échantillons de terre qu'elle met dans des sachets plastiques tout en prenant des notes. Benjamin Lebel, son patron, et un ouvrier viticole – représenté par une figure très archétypale dans son parler, sa gestuelle et sa tenue vestimentaire – l'observent. Lorsque ce dernier lui demande : « Qu'est-ce qu'elle veut en faire ? Des châteaux de sable ? », il se fait rabrouer par Benjamin Lebel qui lui explique qu'elle classe ses différents relevés. Il ne rentre pas dans son jeu de moqueries et ne lui explique pas clairement son objectif qui est d'analyser la terre pour déterminer les parasites qui arrivent généralement après la grêle. Du point de vue de l'ouvrier, il apparaît un double mépris d'une part pour la femme qui ne connaît pas sa place – parce que les vignes sont affaires d'hommes – et d'autre part pour la technologie et la modernité face au savoir inné de la terre et de la nature. C'est ici une critique caricaturale de l'obscurantisme qui renforce la figure d'autorité de la science.

Dans la série *Le Sang de la vigne*, les « scènes de crime » varient dans leur description et leur narration, elles sont par exemple localisées dans les divers lieux d'une exploitation viticole. Lieu d'investigations particulières, le sol (le terroir) ou la plante (les ceps) sont analysés méticuleusement comme dans *Cauchemar en Côtes-de-Nuits* (*Le Sang de la vigne*, 2014) ou dans *Vendanges tardives en Alsace* (*Le Sang de la vigne*, 2014) où des parasites envahissent certaines parcelles et détruisent la récolte. Le chai est également un espace privilégié pour des actes criminels comme dans *Mission à Pessac* (*Le Sang de la vigne*, 2012) où cuves, tonneaux et matériel de vinification sont scrupuleusement examinés pour ne pas dire « disséqués » car le vin a tourné en une nuit. Faire du vin, c'est comme résoudre une enquête policière. L'œnologue conjugue à la fois le policier de terrain – qui procède par interrogatoire (discussion avec le client), enquête de voisinage (échange avec les ouvriers, les techniciens du domaine), intuition liée à son expérience – et la logique de l'investigation scientifique construite autour d'indices prélevés puis analysés méthodiquement en laboratoire. On retrouve ici à la fois l'omnipotence et l'ubiquité de ce professionnel dans son milieu (avec les différentes facettes de son

activité professionnelle). Son champ d'application va de la culture de la vigne à l'élaboration du vin, de son élevage à son conditionnement. Comme nous l'avons dit, l'œnologue sémiotisé dans cette série ne se limite pas à une technique artisanale associée à une culture sensorielle (olfactive, dégustative) très développée : cette *tekhnè* est doublée de recherches et d'analyses dans un laboratoire. Nous assistons alors à une démonstration de la lisibilité intrinsèque du vin. Tout ce qu'il observe, (res)sent, doit être corroboré par des preuves matérielles tangibles. La technique mise en images ici rend la science du vin spectaculaire : il ne s'agit pas de faire DU vin mais UN vin. « À cet égard, que les raisonnements des experts de CSI soient épistémologiquement faux importe moins que l'impression qu'ils nous donnent de faire surgir la vérité d'un raisonnement » (Jost, 2011 : 26). Il en est de même ici où la science n'est pas questionnée : la mise en scène pseudo-scientifique participe à la légitimation d'un professionnel et de son mandat (Hughes, 1996a). L'imaginaire communicationnel d'un œnologue-consultant comme acteur central de l'écologie professionnelle du monde du vin – un acteur essentiel de la rationalisation du vin (Olivesi, 2018) – fonctionne à plein.

Le Sang de la vigne décrit une activité professionnelle habitée par la vérité. *In vino veritas* ! Toutefois, ce n'est pas l'ivresse d'un produit trop consommé qui mène à la vérité mais plutôt l'ivresse de sa connaissance dans ses moindres détails, dans son infiniment petit, dans ses qualités physico-chimiques intrinsèques. *In vino logos*, hybridant latin et grec pour définir une double entrée par la science et le discours. D'une part, l'œnologie en tant que science du vin prend un rôle central dans la filière viti-vinicole. L'œnologue de la série apparaît comme seul détenteur ou dépositaire de la vérité du vin et par conséquent de l'exigence de (la) qualité. D'autre part, dans cette fiction, l'œnologue en sa qualité d'expert-consultant apporte une nouvelle dimension au dire sur le vin, lequel fait appel à des champs sémantiques très divers. La technologie scientifique apporte une légitimité à ce discours. Si, du vigneron au consommateur, on peut parler du vin, le vin parle également et apporte une (autre) vérité, révélée par la science et la technologie : une vérité scientifique. Tout se passe comme si, devant la vulgarisation du dire sur le vin – prolifération de formations, de blogs, de réseaux sociaux, etc. à destination des profanes –, ce professionnel fermait les frontières pour rester entre privilégiés dépositaires de la vérité.

Conclusion

Les années 1950 voient l'apparition d'une nouvelle profession, l'œnologue, dont les savoirs existent depuis la fin du XIXe avec Jean-Antoine Chaptal et Louis Pasteur. Trente ans plus tard, elle apparaît très ponctuellement dans les fictions traitant du monde viticole. Pourtant, les savoirs et les solutions œnologiques ont essaimé dans la filière dès les années 1970 (Peynaud, 1972 ; Olivesi, 2016) avec notamment la généralisation de la dégustation organoleptique définie par Émile Peynaud qui a renforcé l'idée « d'une possible "scientificité" du jugement de goût et, ainsi, rendu possible la formation d'un espace autonome » (Olivesi, 2016 : 5). L'analyse sur un temps long des fictions françaises portraiturant le monde viticole permet de l'observer. Absent ou dans une figure négative de l'alchimiste lors de la dernière partie du XXe siècle, cet expert s'inscrit dans l'écologie de ce monde professionnel pour occuper une place centrale dans le processus d'élaboration du vin. Sur le petit écran, le passage au XXIe siècle est déterminant et consacre une figure spécifique : l'œnologue-consultant. Le monde professionnel de la vigne et du vin de ces quinze dernières années se caractérise par des rationalisations tant marchande qu'œnologique qui marquent l'avènement de la figure de l'œnologue auprès des producteurs (Olivesi, 2016, 2018 ; Chauvin, 2011).

La sémiotisation de ce professionnel est hypertrophiée puisqu'une série en fait son personnage central. Cet expert apparaît à la fois comme créateur : il participe à l'élaboration du produit, d'un millésime (il fait du sur-mesure, c'est la construction d'un goût) mais également comme critique et expert : il donne son avis sur la valeur tant gustative que vénale d'un vin. Il connaît, dissèque et réagence l'anatomie du vin. Pour ce faire, il entre dans ses entrailles pour déterminer son origine, son pedigree, son problème, sa maladie… Il intervient aussi bien dans la vigne que dans le chai, de la terre à la bouteille, de l'expertise financière de vignoble à sa vente, de la création à l'autopsie. L'œnologue serait notre Prométhée moderne du vin, rejoignant ainsi une dimension démiurgique, ayant les pleins pouvoirs, intervenant sur toutes les étapes du processus, et notamment sur toutes celles dévolues au vigneron, au viticulteur [12].

Si les représentations proposées servent *« d'ancrages référentiels »* (Hamon, 1977 : 122) pour indiquer aux téléspectateurs qu'il s'agit d'un expert scientifique, l'imaginaire communicationnel de la figure de l'œnologue-consultant humanise cette relation à la science. En effet, s'il détient cette connaissance scientifique, il est également dépositaire d'un savoir expérientiel de terrain acquis lors de ses débuts dans la profession par un nombre important de vinifications de vins différents (Olivesi, 2018). Oscillant entre deux postures, celle du scientifique et de l'artisan, il se dévoile comme le trait d'union entre l'art et la science, entre l'intuition et la

rationalité.

Cette sémiotisation tend à naturaliser sa légitimité : il est au centre de l'activité du vin, il serait alors le *pater* du monde vitivinicole qui donne le *vitae necisque potestas* et auquel le milieu professionnel fait entièrement confiance. Si l'œnologue, considéré comme l'expert indissociable d'une révolution qualitative des vins, s'affirme comme un agent de la standardisation du goût, sa bonhomie, sa jovialité et surtout son discours – associé à sa proximité avec le terrain – le font basculer dans la ruralité, l'authenticité, le terroir. Cette sémiotisation renforce et pérennise donc un regard sur le vin, relativement classique et convenu, entre tradition et modernité en propageant une certaine rhétorique marchande au service de la construction d'une identité culturelle française bien spécifique au sein du patrimoine européen. Enfin, en creux de cette publicisation de l'œnologue-consultant omnipotent, la représentation du vigneron et de son activité professionnelle questionne : son rôle semble s'affaiblir dans l'écologie de ce monde professionnel, notamment par rapport à la représentation du vigneron proposée de 1960 à 2000. Serait-il devenu uniquement celui qui commercialise, un spécialiste de la relation client, un expert marketing qui donne le cahier des charges à l'œnologue pour créer un vin sur mesure pour une clientèle ciblée ?

Bibliographie

Abbott Andrew (2005), « Linked Ecologies : States and Universities as Environments for Professions », *Sociological Theory*, vol. 23, n°3, septembre, pp. 245-274.

Boyer Henri, Lochard Guy (1998), *Scènes de télévision en banlieues. 1950-1994*, Paris, Ina/L'Harmattan.

Chauvin Pierre-Marie (2011), « Réputation et division du travail. Ethnographie des vendanges bordelaises », *Ethnologie Française*, vol. 41, janvier, pp. 131-140.

Chauvin Pierre-Marie (2010), « La signature œnologique : frontières et transferts de réputation chez les consultants vitivinicoles », *Sociologie du travail*, Vol. 52, n°4, pp. 461-479.

Damian-Gaillard Béatrice, Montañola Sandy, Olivesi Aurélie (2014), *L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

Esquenazi Jean-Pierre (2010), *Les séries télévisées*. *L'avenir du cinéma ?,* Paris, Armand Colin.

Esquenazi Jean-Pierre (2009), *La vérité de la fiction. Comment peut-on croire que les récits de fiction nous parlent sérieusement de la réalité ?*, Paris, Hermès Lavoisier.

Fernandez Jean-Luc (2004), *La critique vinicole en France. Pouvoir de prescription et construction de la confiance*, Paris, L'Harmattan.

Gadéa Charles, Cléau Hélène (2013), « Le drame social du travail à l'hôpital », dans *Les mondes pluriels de Howard S. Becker*, Paris, La Découverte, pp. 49-66.

Gadéa C., (2016), « L'idiome figuratif des groupes professionnels : quand les groupes professionnels se mettent en image », *Images du travail, Travail des images*, n°1, juin 2016 [en ligne] http://imagesdutravail.edel.univ-po… (consulté le 12 novembre 2019).

Goffman Erving (1977), « La ritualisation de la féminité », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol 14, avril, pp. 34-50.

Hamon Philippe (1977), « Statut sémiologique du personnage », dans *Poétique du récit*, Paris, Le Seuil, pp. 115-179.

Hughes Everett C. (1996a), *Le regard sociologique Essais choisis*. *Textes rassemblés et présentés par Jean-Michel Chapoulie pour la traduction française,* Paris, Editions de l'école des hautes études en sciences sociales.

Hughes Everett C. (1996b), « Le drame social du travail », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 115, décembre, pp. 94-99.

Jost François (2007), *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses.

Jost François (2011), *De quoi les séries américaines sont-elles le symptôme ?*, Paris, CNRS Éditions,

Lécossais Sarah (2017), « Les mots de la grossesse », *Études de communication, n°48, juin 2017,* [En ligne], http://edc.revues.org/6832 (consulté le 12 novembre 2019).

Lochard Guy, Soulages Jean-Claude (1994), « Les imaginaires de la parole télévisuelle. Permanences, glissements et conflits », *Réseaux*, vol. 12, n°63, janvier-février, pp.13-38.

Macé Éric (2006), *As seen on TV. Les imaginaires médiatiques, Une sociologie post-critique des médias*, Paris, Éditions Amsterdam.

Maigret Éric, Macé Éric (2005), *Penser les médiacultures*, Paris, Armand Colin.

Olivesi Stéphane (2018), *Des vins et des hommes : une économie symbolique du goût*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Olivesi Stéphane (2016), « Sélectionner, décrire, prescrire. La critique dans les mondes du vin », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°9, septembre 2016, [En ligne] http://journals.openedition.org/rfs... (consulté le 12 novembre 2019).

Peynaud Emile, Giulliard Michel (1995), *Œnologue dans le siècle*. *Emile Peynaud entretiens avec Michel Guillard*, Paris, La Table Ronde.

Peynaud Emile (1980), *Le goût du vin*, Paris, Dunod.

Peynaud Emile (1972), « Œnologie moderne et production vinicole », *Options méditerranéennes*, n° 12, avril, pp. 99-103.

Sewel William H (1983), *Gens de métier et révolutions. Le langage du travail de l'ancien régime à 1848*, Paris, Aubier.

Simmonet-Toussaint Céline (2006), *Le Vin sur le divan. Des représentations sociales aux représentations intimes*, Bordeaux, Féret.

Voirol Olivier (2005), « Les luttes pour la visibilité : esquisse d'une problématique », *Réseaux*, vol. 129-130, n°1, Janvier, pp. 89-121.

Wajcman Gérard (2012), *Les Experts, La police des morts*, Paris, PUF.

Annexe

Sous-corpus spécifique « œnologie » (*créé à partir de la catégorie « figure professionnelle » de la grille de codage, il s'agit de l'inventaire des fictions présentant des personnages d'œnologue ou mentionnant clairement des pratiques œnologiques dans le corpus global constitué de 104 programmes fictionnels diffusés entre 1964 et 2015*)

Séries :

L'Affaire Saint Romans, 6 épisodes diffusés sur FR3 en 1988

Tout feu tout femme, 30 épisodes diffusés sur France 3 en 1994

Le sang de la vigne, 22 épisodes diffusés sur France 3 de 2011 à 2017

(Par ordre chronologique de diffusion à l'antenne : *Les larmes de Pasquin ; Le dernier coup de Jarnac ; La robe de Margaux ; Mission à Pessac ; Noces d'or à Sauternes ; Les veuves soyeuses ; Boire et déboires en Val de Loire ; Questions d'eau de vie… ou de mort ; Du raffut à Saint Vivant ; Vengeances tardives en Alsace ; Cauchemar dans les Côtes de Nuit ; Le mystère du vin jaune ; Massacre à la sulfateuse ; Coup de tonnerre dans les Corbières ; Chaos dans le vin noir ; Un coup de rosé bien frappé ; Médoc sur ordonnance ; Pour qui sonne*

l'Angélus ? ; Ne tirez pas sur le caviste ! ; Retour à Nantes ; Le vin nouveau n'arrivera pas ; Crise aiguë dans les Graves)

Téléfilms (ou épisode unique) :

Le raisin d'or, diffusé sur France 2 en 1995

Le secret, diffusé sur France 3 en 1997

La femme battue, de la série *Une femme d'honneur*, diffusé sur TF1 en 2000

Notes

[1] C'est Dom Denise qui, le premier, évoque dans un écrit la nécessité de goûter le raisin : *Les Vignes et les Vins de Bourgogne*, 1779, republié par *Terre en Vues*, 2006, pp. 37.

[2] Créé en 1955 par décret ministériel, le DNO sanctionne un cycle de formation et offre un diplôme de niveau BAC + 5 qui donne le droit d'exercer le métier d'œnologue.

[3] Cette recherche s'inscrit dans un projet de recherche pluridisciplinaire, (économie, sociologie, ethnologie, histoire et sciences de l'information et de la communication) intitulé *Univigne* financé par la région Grand Est (2016-2019), dont l'objectif est d'analyser l'évolution du vigneron champenois de 1960 à nos jours.

[4] Le corpus global est composé de 10 téléfilms, 87 épisodes de 6 séries dédiées et 7 épisodes uniques (de séries non dédiées).

[5] Cette série télévisée est la déclinaison des romans parus à partir de 2004. Au même moment, sort le film documentaire « Mondovino » écrit et réalisé par Jonathan Nossiter dont un des personnages centraux est l'œnologue internationalement (re)connu Michel Rolland.

[6] Un entretien avec ces deux auteurs n'a malheureusement pas pu être réalisé pour ce travail

[7] Soulignons qu'il est l'un des protagonistes mis au ban dans le documentaire « Mondovino » (2004).

[8] Saison n°7, diffusée en 2016/2017 sur France 3.

[9] Il y a bien Lydia Bourguignon mais qui n'a pas la reconnaissance de son très médiatique mari Claude Bourguignon, tout comme Dany Rolland aux côtés de Michel Rolland.

[10] Combinaison d'idiome corporatif développé par Sewell (1983) et d'idiome rituel par Goffman (1977). D'une part, pour Sewell, l'idiome corporatif renvoie à une conception du langage au sens large des métiers : « *U*n système articulé de codes, de symboles, de valeurs, d'usages, de façons de percevoir et de ressentir commun » (Gadéa, Cléau, 2013 : 53) propre à une profession, à un groupe professionnel. Et d'autre part, pour Goffman, l'idiome rituel se compose de « l'ensemble de codes visuels et gestuels déterminés par les rapports sociaux » (*ibid.*).

[11] Il y a toujours un crime – meurtre de saisonnier, de personnel, de propriétaire, etc. – au début des épisodes

[12] cf textes de Lemon Ted (2006), « La terre noble », dans *Le terroir et le vigneron*, Fécamp, Édition Terre en Vues, pp. 285-293 et Ted Lemon (2019), « Vin de fabrication et vin de terre », dans *Le climat, le vigneron et le gourmet*, Fécamp, Édition Terre en Vues, pp. 139-140.