



Comité de rédaction

Préface au n°29 : In Vino Humanitas

Pour citer l'article :

Comité de rédaction, « Préface au n°29 : In Vino Humanitas », dans *revue ζ Interrogations ?*, N° 29. In Vino Humanitas. Des usages du vin dans les sociétés, décembre 2019 [en ligne], <https://revue-interrogations.org/Preface-au-no29-In-Vino-Humanitas> (Consulté le 29 mai 2023).

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](#).



Numéro coordonné par Maylis Sposito-Tourier et Florent Schepens

« Il y a deux vins en France. L'un est en voie de disparition : c'est le litron étoilé [...]. C'est le vin que l'on disposait sur la table familiale, au même titre que le pain, le sel et le couvert. Il descend en droite ligne du 'vin-aliment' [...]. L'autre, celui dont la fortune est en pleine ascension, c'est le vin d'origine, ennobli de sigles et de sceaux impénétrables (AOC, VDQS, au minimum Vin de Pays). Celui-là a toujours un pedigree, une histoire, un terroir »

Claude Fischler, *Du vin*, 1999 : 12-13

En 2016, selon l'Office interprofessionnel des vins, les Français de plus de 15 ans ont consommé en moyenne 51,2 litres de vin par personne, ce qui en fait l'alcool le plus consommé (OFDT, 2018). S'il est une « *boisson totem* » (Barthes, 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 et, de surcroît, de boire à la santé d'autrui.

Ce rapport à la santé est interrogé dans le premier texte de ce numéro. Comme le montrent **Laureline Coulomb, Florence Douquet, Thierry Fillaut, Juliette Hontebeyrie et Alain Vilbrod**, l'alcool est défini comme un risque par les professionnels du soin dans le cadre d'une grossesse. Cependant, si les sages-femmes et médecins mettent en garde les femmes enceintes des dangers de l'alcoolisation fœtale et tendent à promouvoir une politique du « *zéro alcool pendant la grossesse* », ceux-ci peuvent être mis en défaut par des représentations profanes selon lesquelles « *la petite coupette* » n'est pas nocive. Si les médecins et sages-femmes prennent à cœur leur mission préventive, ils partagent en partie ces représentations, c'est alors essentiellement la modération qui importe à leurs yeux ainsi que le type d'alcool. Le vin et le champagne bus en situation festive ne sont pas perçus comme dangereux alors qu'ils sont composés du même alcool que celui contenu dans les autres boissons alcooliques. Le vin a toujours, comme au XIXe et XXe siècle, un statut de boisson salubre.

Autre construit historique, les 'grands' vins sont pensés comme étant l'œuvre de passionnés - œnologues (réels ou fictionnels) dans le texte de **Benoît Verdier et Marianne Cailloux**, ou vigneron dans celui de **Romain Blancaneaux** - qui accompagnent la vigne puis le vin. Véritables maïeuticiens du vignoble, ils soutiennent la transformation du moût de raisin sans être dans un processus industriel. Tout au plus, le vin est élevé - référence à la famille et à l'enfance - mais le travail est ici essentiellement celui de « *la Nature* ». En cela, les vignerons, tels ceux rencontrés par Jacky Rigaux, se méfient des vins présentés comme fabriqués, industriels : « *Ils sont vides. Il n'y a pas de place pour les chuchotements du terroir* » (Rigaux, 2019 : 139). Chez beaucoup d'artisans, la mise en valeur d'un « *tour de main* » cherche à éclipser la dimension commerciale de l'acte. Cependant, en ce qui concerne le vin-même, ce « *tour de main* » semble passé sous silence. Le 'bon' vin fait disparaître le travail des femmes et des hommes qui œuvrent à sa production : pour rester authentique, le vin doit conserver son caractère naturel mais, et l'anthropologie de l'alimentation le démontre, une trop grande proximité avec l'humanité dénature la nature, l'affaiblie, l'affadie et parfois la fait mourir (Garreta, 1988). Mettre en avant le terroir, c'est alors garantir cette dimension authentique que recherchent les consommateurs aujourd'hui, ce que, d'après les textes de **Anne Colet-Parizot** et de **Denis Giordano**, le marketing a très bien compris.

Invisibiliser le travail derrière le vin est une manière de garantir son caractère authentique. Même quand ce travail est présenté comme scientifique, il est euphémisé. Ainsi, les œnologues, soulignent que le savoir n'est rien sans l'art de le mettre en œuvre et ce phénomène se retrouve dans les fictions télévisuelles sur le vin qu'étudient **Benoît Verdier et Marianne Cailloux**. Dès lors, si on parle du produit vin, il est davantage lié à la sensibilité de l'artiste qu'à la science de l'expert. Si la science, elle, est trop visible, cela donne des vins techniques (Albert, 1989), donc non naturels. La référence à des 'racines' peut intervenir en contrepoint. L'article de **Romain Blancaneaux** revient ainsi sur la lutte technico-commerciale qui oppose les négociants aux producteurs dans le bordelais qui se résoudra à travers la mise en valeur du terroir, représenté par le château, stratégie qui a ses limites quand le *hard discount* valorise des « *petits* » vins de château. Cependant, le château, au-delà de la noblesse, représente également la famille (Pinçon, Pinçon-Charlot, 2005). **Romain Blancaneaux** souligne combien le château par l'indication « *vin mis en bouteille au château* » inscrit la boisson dans une lignée, une temporalité. La notion de terroir renvoie à la dimension patrimoniale du vin pour **Anne Colet-Parizot** quand **Vincent Fournier** souligne l'influence de la *Denominazione di origine controllata*

(DOC) pour inscrire le vin dans un lieu et une tradition vitivinicole. « *Traditions* » et « *authenticités* », les racines de la vigne et les racines familiales semblent devoir se mélanger. Identification cohésive, la vigne et le vin semblent avoir la capacité de naturaliser, essentialiser, rendre évidente la présence de certains acteurs dans le monde du vin, notamment ceux issus de familles vigneronnes ou du négoce dynastique. **Benoit Verdier** et **Marianne Cailloux** parlent également de la naturalisation de la légitimité de la figure de l'œnologue qui se laisse deviner dans ses représentations fictionnelles. Ce phénomène compliqué, mais n'interdit pas, l'arrivée de nouveaux entrants tels les femmes vigneronnes dont témoignent **Alexis Annes**, **Chloé Le Brun** et **Hélène Guétat-Bernard** dans ce numéro.

Pourtant, selon plusieurs des articles présentés ici, le vin ne parle que d'humanité. Pour **Rémi Gagnon**, il sert à réaliser des collectifs et est alors un élément entrant dans l'organisation des formes politiques et sociales occidentales. Si l'ivresse semble désorganisatrice, elle est, pour l'auteur, une voix/voie de l'humanité, la vérité qui vient bousculer les conventions, une manière d'accéder au réel. Cette qualité « *naturelle* », « *intemporelle* », quasi « *immanente* » du vin se retrouve dans d'autres formes d'organisations politiques et sociales et notamment dans la production des lois sur les appellations d'origine contrôlées en Italie, comme le montre **Vincent Fournier**, ou en France, selon **Romain Blancaneaux**. Ce rapport au temps long pose la question du changement et de son acceptabilité. Ainsi, **Alexis Annes**, **Chloé Le Brun** et **Hélène Guétat-Bernard** montrent que les vigneronnes peinent à se faire reconnaître et entendre dans un monde qui a été très longtemps exclusivement masculin. Le rapport des femmes au vin est loin d'être neutre. Aussi, si elles ne trouvent pas leur place dans les organisations professionnelles « *traditionnelles* », elles en inventent d'autres. Cependant, comme dans d'autres métiers qui se féminisent - les coiffeurs pour n'en citer qu'un (Le Lay, 2006) - on peut se demander si leur arrivée dans le groupe professionnel ne souligne pas un relatif désintérêt masculin. En effet, les filles accèdent difficilement à une place professionnelle dans les entreprises familiales et plus particulièrement à la tête de celle-ci, les parents préférant transmettre à leur fils (Sposito-Tourier, 2019). De fait, où sont les frères ; les fils ?

Pour finir, il nous faut retourner au sensible. Le vin est présenté comme vecteur de plaisirs, plaisir gustatif mais non uniquement. Dans le dernier article de cette partie thématique, **Denis Giordano** montre très bien comment les Français achètent des souvenirs à travers les bouteilles de vin italien à Paris. Encore une fois, c'est de l'« *authenticité* » en bouteille qui est proposée.

Deux de nos rubriques non-thématiques présentent dans ce numéro des articles autour de la position du chercheur, apportant un éclairage complémentaire aux questions explorées dans les numéros « Implication et réflexivité [1] » publiés en 2014 par notre revue. Dans la rubrique **Fiches Pédagogiques**, **Gervais Coffi** s'intéresse à l'influence de l'identité ethnique dans les interactions ethnographiques. À partir d'une enquête en Côte d'Ivoire, il montre la nécessité d'une adaptation méthodologique pour 'faire avec' l'identité ethno-politique du chercheur perçue sur son terrain de recherche et présente des réponses possibles, entre « *engagement distancié* » et « *entretien semi-directif en partie assisté* ». La rubrique **Varia** accueille un article méthodologique d'**Antoine Mazot-Oudin**. À travers une approche ethnographique en science politique d'un camping en milieu populaire au Québec, l'auteur aborde la question centrale de la négociation du rôle occupé par le chercheur sur son terrain. Cet article se centre sur les positions prises par l'ethnographe, entre employé de circonstance et universitaire. L'auteur questionne ainsi la distance, cristallisée dans un ethos de classe, qui peut exister entre le chercheur et ses enquêtés ainsi que les modalités de négociation à mobiliser pour parvenir à recueillir la parole des participants à l'étude. L'article traduit également les difficultés à présenter son objet d'étude et sa démarche de recherche en contexte populaire. Des stratégies d'adaptation apparaissent alors comme nécessaires, montrant ainsi que les rapports sociaux en jeu dans une enquête ne vont pas de soi et peuvent aussi être l'objet de réflexivité et de questionnements.

La rubrique **Notes de lecture** accueille trois recensions. La première, par **Anna-Livia Machionni**, porte sur un livre de Bruno Gepner traitant de l'autisme dont l'analyse porte notamment sur le rapport au temps des personnes atteintes d'autisme comparativement à celles des non-autistes. La deuxième, par **Kevin Delasalle**, porte sur le 22ème numéro de la revue *Emulations*, où Marie Campigotto, Rachel Dobbels et Elsa Mescoli dirigent un dossier portant sur les ethnographies du proche. Kevin Delasalle montre comment cette proximité est interrogée et apprivoisée par les différents ethnologues, notamment en réinvitant certaines formes de distance : temporelle, culturelle, critique... La dernière note porte sur l'ouvrage de Yves Jeanneret qui se penche sur le concept de « *trivialité* » en sciences de l'information et de la communication : **Hugo Roux** y montre combien cette communication est un enjeu de pouvoir, notamment dans une interrogation des médias.

Nous remercions les experts et expertes qui ont participé à la préparation de ce numéro :

Jean-Jacques Boutaud, Chantal Crenn, Benjamin Derbez, Olivier Douville, Jean-Louis Escudier, Frédérique Giraud, Christian Guinchard, Vincent Jouve, Françoise Lavocat, Stéphane Olivesi, Christelle Pineau, Robin Recours,

Charles Rigaux, Jacky Rigaux, Hélène Romeyer, Céline Schnegg, François de Singly, Françoise Sitnikoff, Marie Sonnette, Corinne Tanguy.

Bibliographie

Albert Jean-Pierre (1989), « La nouvelle culture du vin », *Terrain*, 13 : 117-124.

Barthes Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil.

Corbeau Jean-Pierre (2004), « Réflexions sociologiques 'en vrac' sur le vin », *Anthropology of food*, 3, [en ligne] <https://journals.openedition.org/aof/243> (Consulté le 24/12/2019).

Garreta Raphaële (1988), « Ces plantes qui purifient. De l'herboristerie à l'aromathérapie », *Terrain*, 3, pp. 77-88 [en ligne] <https://journals.openedition.org/terrain/3140> (consulté le 24/12/2019)

Fainzang Sylvie (1996), *Ethnologie des anciens alcooliques*, Paris, PUF.

Fischler Claude (1999), *Du vin*, Paris, Odile Jacob.

Le Lay Stéphane (2006), « Division sexuelle du travail et "servitude involontairement volontaire". Le poids des processus de naturalisation dans l'intériorisation de la domination sociale. L'exemple de la coiffure », dans Durand Jean-Pierre et Marie-Christine Le Floch (dir.), *La Question du consentement au travail. De la servitude à l'implication contrainte*, Paris, L'Harmattan, pp. 185-195.

Nahoum-Grappe Véronique (2018), « Le sens de l'ivresse », *Revue de la BNF*, 2/53, pp. 12-17.

OFDT (2018), *Quantité d'alcool consommé par habitant âgé de 15 ans et plus depuis 1961 (en litres équivalents d'alcool pur)* <https://www.ofdt.fr/statistiques-et-infographie/series-statistiques/alcool-evolution-des-quantites-consommees-par-habitant-age-de-15-ans-et-plus-depuis-1961-en-litres-equivalents-dalcool-pur/>

Pedersen Line (2015), *Expertise et addictions trajectoires de déprise à l'épreuve des groupes d'entraide et des centres de soin en addictologie (CSAPA)*, Thèse de doctorat de sociologie, Université de Besançon.

Pinçon Michel, Pinçon-Charlot Monique (2005), *Châteaux et châtelains. Les siècles passent, le symbole demeure*, Paris, Anne Carrière.

Rigaux Jacky (2019), *Le climat, le vigneron et le gourmet*, Clémencey, Terre en Vues.

Sposito-Tourier Maylis (2019), « Transmettre l'entreprise familiale : ' pour l'instant, c'est des filles, la question ne se pose pas ' », *Revue des Sciences Sociales*, n°62, pp. 80-87.

Notes

- [1] <http://www.revue-interrogations.org/-No18-Implication-et-reflexivite-I-> ;
<http://www.revue-interrogations.org/-No19-Implication-et-reflexivite-II->