



HAL
open science

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger.

Geneviève Teil

► **To cite this version:**

Geneviève Teil. Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger.. E. Montaigne; F. d'Hauteville; J.-P. Couderc; H. Hannin. Bacchus 2006 - Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole., Dunod/La Vigne, pp.75-100, 2005, 978-2-1004-9295-4. hal-02828949v2

HAL Id: hal-02828949

<https://hal.inrae.fr/hal-02828949v2>

Submitted on 26 Jul 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Chapitre 3

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

Geneviève Teil

ACTEURS ET TENDANCES

PLAN DU CHAPITRE

1. Ne pas figer la qualité : l'invention des AOC	78
Original et copie	78
Le signe comme promesse de qualité supérieure	80
La garantie de moyens de la typicité	81
Une garantie sans normalisation de la qualité	82
2. Rebondissements : les difficultés de la signalisation	85
La controverse sur les méthodes	85
L'enquête de crédibilité des consommateurs	87
La prolifération des indices de crédibilité	88
Le recours à la science	90
3. Une nouvelle étape : le rejet des signes	92
Une épreuve, la dégustation à l'aveugle	93
Le marketing ou l'expertise pour tous	95
Conclusion	96
Bibliographie	97

La chute récente des ventes de vin a ramené les producteurs des « nouveaux pays viticoles » sur le devant de la scène, avec leur usage des copeaux, leurs vinifications innovantes, leurs faibles coûts de production, leurs plagiats... tout comme au début du XX^e siècle. Comment interpréter un affrontement à la fois aussi violent, cyclique et durable ? Est-ce un serpent de mer qui rappelle à chaque nouvelle crise les mêmes coupables ? Ou la constance de l'affrontement est-elle due à la solidité des compétiteurs, les vins d'appellation d'un côté, ceux de marque de l'autre ?

Nous proposons de jeter un autre regard sur cet affrontement en reprenant l'histoire des controverses qui ont accompagné l'invention et les évolutions du rôle des AOC dans le marché du vin au cours de ce dernier siècle. L'invention des AOC repose en effet sur un principe fort, celui de tenter de circonscrire les personnes reconnues compétentes à juger la qualité d'un vin. Une telle idée n'a rien d'original : laisse-t-on l'éducation, la justice aux soins du premier venu ? Non bien sûr, il faut faire preuve de compétence pour être professeur ou juge et c'est l'administration qui se charge de poser et d'interpréter les critères et les signes de la compétence. Mais lorsque les relations se nouent sur fond de marché et d'échanges commerciaux internationaux, l'affaire peut devenir plus complexe. Nous proposons donc de revenir sur la série des controverses qui ont suivi

la création des AOC pour montrer comment cette question a accompagné leur invention puis cristallisé l'affrontement avec les vins « de marque »¹.

Au sortir de l'épisode phylloxérique qui ravagea les vignobles à la fin du XIX^e siècle, période pendant laquelle les producteurs fabriquèrent et les consommateurs achetèrent toutes sortes de boissons sous le nom de « vin », des mesures d'encadrement du marché furent décidées afin de protéger doublement les demandeurs des offreurs trop cupides et ces derniers des acheteurs trop peu regardants. Le jeu de l'offre et de la demande semblait en effet incapable de stabiliser l'existence d'un marché. C'est sur l'information sur la qualité des vins que se concentrèrent les efforts. Mais comment différencier la qualité des vins ? Les marchands, négociants et amateurs avaient de tout temps produit et utilisé leurs propres classements. Ils pouvaient être jugés bons ou mauvais, mais ces jugements n'engageaient que leurs auteurs. Là il fallut, au nom de la loi, trouver un point de vue général à propos de la qualité des vins, une sorte d'analyse musicale ou de théorie esthétique des bons vins que l'on ne pourrait plus balayer d'un revers de bras au nom des « goûts » de son auteur.

Les controverses furent intenses. Nous tentons ici de rendre compte des débats qui structurèrent l'élaboration et la mise en place des différentes procédures de qualification au sein

1. Il s'agit des vins que l'on dit de marque, faute de disposer d'un autre qualificatif, c'est-à-dire qui ne s'appuient pas sur l'organisation de marché spécifique aux AOC décrite ici.

ACTEURS ET TENDANCES

du marché des vins de qualité¹. Bien entendu, comme dans toute analyse de controverse, il est déterminant de ne pas épouser l'une ou l'autre des définitions de la qualité promues par les acteurs concernés. Nous ne chercherons donc pas à départager les acteurs pour savoir si la qualité est objective ou subjective, intrinsèque ou sociale, si les consommateurs sont crédules, influençables ou non. Nous chercherons au contraire à faire ressortir les caractéristiques que les procédures de qualification ont successivement tenté de conférer à « la qualité des vins ».

Le développement comporte trois parties qui suivent le fil grossièrement historique de la succession des inventions des acteurs pour aider les buveurs à faire la différence entre les vins, depuis l'introduction de la notion de qualité du vin, jusqu'à la controverse récente sur l'absence du marketing dans les petites entreprises viticoles.

78

1. NE PAS FIGER LA QUALITÉ : L'INVENTION DES AOC

Au début du XX^e siècle le monde viticole s'était élargi : de nouveaux pays producteurs commercialisaient leurs vins en se référant à des types commerciaux, bordeaux, claret, port², champagne, sherry, etc. Cet usage fut dénoncé comme l'appropriation induite d'une réputation que les producteurs et négociants locaux avaient

mis des siècles à acquérir et qui, à ce titre, faisait partie de leur patrimoine. De plus, la chute de la production pendant la crise du phylloxéra avait multiplié les étiquetages référant à des vins renommés, alors qu'elle suscitait parallèlement une grande inventivité en matière de techniques de vinification. Les doutes que les producteurs pouvaient avoir sur les compétences des concurrents du nouveau monde comme sur la qualité des nouveaux procédés viticoles leur faisait craindre pour la réputation de leurs produits, ce qui ne manquait pas d'avoir une influence sur les prix de vente.

Original et copie

Une première stratégie consista très simplement à signaler l'original afin de le distinguer de sa copie. Ces appellations étant toujours des appellations géographiques, il suffisait de priver les copieurs de l'appellation et de la réserver aux producteurs locaux. En 1905, une première loi organise la répression des fraudes en déclarant punissable :

« Quiconque aura trompé ou tenté de tromper le contractant : soit sur la nature, les qualités substantielles, la composition et la teneur en principes utiles de toutes marchandises, soit sur leur espèce ou leur origine, lorsque la désignation de l'espèce ou de l'origine faussement attribuées aux marchandises devra être considérée comme la cause principale de la vente. »³

Cette loi, à la visée bien plus large que la simple protection de l'origine comme patrimoine, rendait frauduleux le mélange des vins produits dans une région réputée avec d'autres. Elle prévoyait donc aussi la délimitation des grandes régions viticoles françaises réputées.

1. Les résultats présentés s'appuient à la fois sur des entretiens réalisés par l'auteur ou des écrits de multiples acteurs du marché des vins de qualité – vendeurs, critiques, administrateurs – une observation des producteurs et des usagers au moment d'en prescrire l'achat, de les acheter ou de les boire et un travail sur archives, en particulier celles de l'INAO. Nous avons eu recours à cinq types de données qui ont semblé à la fois très incomplets et nécessaires : analyse des textes (historiques ou non), entretiens, observations, observations participantes et expériences de goût.
2. Mot anglais pour « porto ».

3. Art. 1 de la loi sur la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles, *Journal Officiel de la République*, 5 août 1905, p. 1.

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

L'idée était assez simple : si l'on réservait les noms géographiques aux seuls vins issus de la région, on permettait aux consommateurs de distinguer les originaux et les copies. Ainsi le consommateur pouvait, s'il le voulait, préférer les premiers aux seconds

Mais la réputation était attachée à un nom, et il fallut l'attacher à des champs. Faute de savoir sur quels critères se fonder pour délimiter la première zone viticole, en l'occurrence la Champagne, il fallut ajouter un second texte du 5 août 1908 qui précisait que cette délimitation devait se faire en s'appuyant sur les « usages locaux, loyaux et constants » pour nommer les vins.

L'interprétation de ces usages en région bordelaise et en Champagne (décret du 17 décembre 1908) provoqua des émeutes. Pour certains, les usages étaient des usages commerciaux qui désignaient des types de vins. En Champagne, cette interprétation avait pour effet de confondre deux sortes de vins, ceux de la Marne et ceux de l'Aube, ce que contestèrent les producteurs de la Marne. On s'appuya alors sur une interprétation des usages vus comme des pratiques de production et l'on refusa l'appellation aux Aubeois. Or, en cette année 1910 de très faible production dans la Marne, les négociants qui s'approvisionnaient de tout temps dans l'Aube se tournèrent vers les communes exclues pour s'approvisionner en raisins et furent accusés d'induire un effondrement des cours du raisin. Une situation similaire se produisit lors de la délimitation de la zone de bordeaux, où les négociants avaient coutume de diversifier leurs approvisionnements vers le bergeracois et même le Languedoc.

Un nouveau projet de loi, dit de « Pams Dariac », tenta d'éviter la difficulté posée par les « usages » qui opposaient négociants et producteurs, en référant aux « qualités substantielles » des vins. De plus, ce n'était plus l'administration, toujours soupçonnée de compromis politiques à des fins électorales, mais les magistrats qui étaient chargés de préciser les limites

des zones d'appellation. Les « qualités substantielles » permettaient deux opérations : différencier les vins entre eux et les hiérarchiser. Les discussions parlementaires privilégèrent la première interprétation : les qualités substantielles permettaient de donner une identité aux vins, non pas de les classer. Cette conclusion conduisait à restreindre le caractère collectif du patrimoine des appellations à une propriété individuelle. L'appellation d'origine devenait alors un château ou un cru, et se rapprochait ainsi des marques, chacune responsable de sa propre réputation. La guerre de 1914-1918 interrompit les discussions qui reprirent en 1919 pour revenir à la notion de propriété collective.

La loi du 6 mai 1919 consacre ainsi le caractère collectif mais non générique des appellations viticoles, ainsi que la supériorité qualitative de ces vins. Les vins « fins » étaient meilleurs que les autres et leur qualité était le résultat d'un travail collectif des producteurs locaux et devait, de ce fait, être protégée au même titre que la propriété individuelle :

« Et quand un produit, soit naturel, soit industriel ou fabriqué, fut ainsi connu et apprécié, non pas seulement par un travail individuel, mais grâce à un effort collectif et prolongé, il se trouva qu'un véritable droit de propriété avait été créé et constitué au profit d'une commune ou d'une région ; le droit à une "appellation d'origine", droit aussi respectable et méritant d'être autant défendu et protégé que celui qui porte sur une maison et sur un champ. »¹

Elle accordait donc le droit à tout récoltant de donner à son produit une appellation d'origine, instaurait les syndicats de défense des appellations contre les falsifications et confiait aux tribunaux la tâche de régler les conflits locaux portant sur les délimitations cadastrales des appellations. Cette loi connut un immense succès,

1. Rapport du sénateur Jenouvrier du 22 juillet 1914, cité par Capus en 1947, p. 20.

ACTEURS ET TENDANCES

un foisonnement d'appellations nouvelles et les déclarations de vins d'origine passèrent de moins de 5 millions d'hectolitres en 1923 à presque 10 millions en 1931 et plus de 15,5 millions en 1934¹. Les producteurs rivalisaient d'ingéniosité pour obtenir une appellation d'origine pour leurs vins. L'appellation obtenue, ils organisaient comme ils le souhaitaient leur production, se référant aux usages traditionnels ou non. Au sein d'appellations prestigieuses, des cépages très productifs et de piètre qualité² furent plantés dans des terrains auparavant jugés impropres à la culture de la vigne, mais qui bénéficiaient de l'appellation de leur commune.

Ce succès généra alors une vive controverse au sein des producteurs. Ces signes, les appellations d'origine, permettaient bien de distinguer les produits authentiques des copies. Mais leur action s'arrêtait là. Or, pour le député Joseph Capus, on ne protégeait pas l'authenticité pour elle-même, mais parce qu'elle indiquait une qualité supérieure. Il ne voulait pas seulement signaler les vins à la moralité des acheteurs, mais aussi aux consommateurs à la recherche des produits non pas les moins chers, mais les meilleurs. Ils ne devaient pas acheter ces produits pour punir les copieurs qui pourraient bientôt prétendre qu'ils faisaient aussi bien sinon mieux que les originaux, mais pour récompenser le producteur de la qualité de son travail.

Le signe comme promesse de qualité supérieure

Pour les producteurs d'appellations prestigieuses qui continuaient d'asseoir leur stratégie commerciale sur la qualité supérieure de leurs produits, l'abandon de la qualité supérieure

constituait une menace, car elle pouvait contribuer à miner leur bonne réputation acquise. Les nouvelles appellations qui avaient fleuri et qu'ils disaient « de fantaisie » parce qu'elles ne désignaient jamais que le nom du lieu-dit, parfois même du champ où le propriétaire avait des vignes, étaient accusées de vouloir profiter du patrimoine constitué par la réputation des appellations, sans y contribuer :

« Un très grand nombre de viticulteurs, jusqu'alors scrupuleux dans leur conduite à l'égard des lois, ne se rendirent pas compte de l'immoralité de l'action qu'ils commettaient en créant de nouveaux vignobles dans des terrains impropres à la culture des vins fins, qui allaient concurrencer ceux-ci et compromettre la réputation de leur appellation. »³

Ensuite, les nouvelles mesures de contrôle de la production des vins de table – interdiction de plantation, distillation obligatoire au-dessus d'un rendement donné, affichage du degré des vins – imposées aux productions de vins courants par le « statut du vin » du 4 juillet 1931, ne s'appliquaient pas aux appellations d'origine. On pouvait alors interpréter les nouvelles plantations et les appellations « de fantaisie » comme des tactiques pour échapper au statut vinicole et continuer à produire de mauvais vins. Paradoxalement alors, les appellations se mettaient à héberger la plus mauvaise qualité. La réputation des appellations d'origine avait émergé à cause de la qualité de leurs vins et en était devenue le signe ; elle était maintenant menacée.

Un peu à la manière des signes de « commerce équitable », les appellations d'origine étaient des signes de moralité commerciale vis-à-vis des produits « copie » étrangers, et sur le marché intérieur, des signes géographiques identitaires, comme les marques commerciales. Mais leur mise en place avait conduit à un conflit entre la morale et une autre dimension importante de

1. Capus, 1947, p. 32.

2. Un hybride bien connu, le noah, réputé donner des vins impropres à la consommation, avait même fait l'objet d'une demande d'appellation « d'origine ».

3. Capus, 1947, p. 21.

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

la qualification des marchandises : la supériorité qualitative. Il fallait les conjointre à nouveau. Mais le signe d'identité du vin qui permet de condenser la réputation de qualité supérieure ne pouvait plus le faire. En effet, l'origine que l'on avait prise comme signe avait été clairement dissociée de toute possibilité de hiérarchisation. Il s'agissait donc de réintroduire la possibilité d'une hiérarchisation des vins à partir de l'origine, tout comme l'avait fait la réputation avant l'arrivée de la loi de 1919. Joseph Capus entreprit alors de faire campagne pour réformer la loi de 1919 afin que les appellations d'origine ne désignent pas seulement les vins ayant une origine authentique, les bordeaux de France et non australiens, à la manière du signe « made in... », mais qu'ils soient aussi une *promesse* de satisfaction du consommateur.

La garantie de moyens de la typicité

Petit à petit, les législateurs et les professionnels s'attaquaient à la difficile question de la définition de la qualité des vins. Il n'est pas très difficile d'établir des différences, de faire des catégories. En revanche, le problème devenait plus délicat lorsqu'il s'agissait de différencier les bons des mauvais vins, et surtout de produire un certain nombre de causes ou de raisons stables, partagées ou reconnues de cette différence¹. Plutôt que de revenir aux « qualités substantielles » des produits d'appellation d'origine, puis d'en produire une hiérarchisation afin de départager le bon vin du mauvais, Joseph Capus proposa de s'appuyer sur une garantie de moyens, c'est-à-dire un ensemble d'usages de production propres à induire une hiérarchie qualitative : les sols, les cépages et le degré alcoolique².

1. Même au sein d'une seule appellation comme bordeaux, toutes les tentatives de classement ont toujours été extrêmement contestées.
2. Ce dernier ne fut finalement pas retenu.

Joseph Capus réussit à faire voter sa proposition de loi en 1927 : les vins d'appellation devaient utiliser les cépages et les surfaces reconnus par les usages locaux, loyaux et constants, et que les hybrides producteurs directs ne pouvaient prétendre à une AO, non plus que les parcelles impropres à la culture du vin de l'appellation. Toutes les conditions requises étaient, hormis le degré alcoolique, supérieures à celles du statut vinicole.

Grâce à cette loi, l'origine avait une nouvelle interprétation, elle pouvait devenir une promesse de qualité supérieure, garantie non dans son résultat, mais par les efforts du producteur mis en œuvre pour y parvenir. Mais la loi de 1927 n'étant pas obligatoire, elle restait peu appliquée.

Les législateurs cherchèrent à généraliser l'usage de cette nouvelle interprétation qualitative de l'origine. Ils introduisirent alors l'idée de contrôle de la qualité dans le décret-loi de 1935, afin que les consommateurs puissent faire la différence entre les appellations d'origine « identitaires » et les appellations d'origine « promesse qualitative ». Les premières étaient libres et sous l'entière responsabilité du demandeur, les autres étaient contrôlées par un Comité national des appellations d'origine (CNAO). Ce contrôle portait sur un ensemble d'usages déclarés propres à garantir la qualité supérieure des vins, et le comité national se portait donc garant de l'engagement du producteur à faire un vin meilleur que les autres.

Mais une fois pointés les critères de la supériorité générale des vins d'appellation sur les vins courants, la différenciation au sein même des appellations devenait plus complexe. Pour le CNAO, il était impossible de définir des critères universels de qualité, les grands vins français étaient tous excellents et incomparables ; il ne s'agissait donc pas d'établir le classement de l'ensemble des vins français, mais de faire reconnaître une variété de qualités supérieures issues du travail des vignerons et ayant été reconnues

ACTEURS ET TENDANCES

comme telles. Pour prétendre à une appellation d'origine dans la nouvelle interprétation, il fallait donc caractériser le style particulier des produits que l'on faisait dans la région, c'est-à-dire différent des autres vins, et montrer qu'ils avaient pu être reconnus supérieurs aux autres¹. La délimitation géographique reposait sur un vaste ensemble de facteurs regroupés à la manière d'un faisceau de présomptions, pédologie, nature des sols et sous-sols, cépages...²

Ensuite, au sein de chaque appellation étaient spécifiés les moyens propres à garantir la qualité, la taille de la vigne et les rendements maximum, le degré minimum, les cépages admissibles même s'ils n'étaient pas recommandés³. Parfois, comme en bourgogne ou en bordelais, ces critères devenaient aussi le support d'une hiérarchisation interne. Elle s'appuyait alors, comme pour les vins de table, sur un respect plus strict des critères qualitatifs fondateurs de l'AOC, cépages, rendement, degré, etc. Au final, la qualité mise en forme par les AOC était un patchwork à la hiérarchisation très partielle. Et si les producteurs le souhaitaient, ils pouvaient chercher collectivement à acquérir une réputation qui les aurait hissés au sommet de la hiérarchie. Réciproquement, aucun succès n'était définitivement acquis, mais toujours soumis aux efforts des concurrents. Comme les critères de la qualité n'étaient jamais définitivement explicités ou figés, chaque style de vins pouvait toujours prétendre à l'excellence empêchant du même coup que ne s'impose une quelconque *norme* du bon goût.

1. Letablier, 1997
2. Dans certaines appellations comme le cognac ou le champagne, le processus de fabrication, tenu alors pour un facteur de qualité, fut aussi spécifié.
3. Une disposition supplémentaire, l'ajustement de la déclaration de récolte à la quantité de raisin effectivement récoltée, visait plus directement à éliminer le trafic d'acquits fictifs entre producteurs et négociants.

Une garantie sans normalisation de la qualité

Les AOC étaient donc une indication de qualité bien plus complexe qu'une norme. Une norme aurait en effet rendu comparable l'ensemble des productions en imposant un point de vue particulier sur la qualité et organisé une hiérarchisation entre bordeaux, bourgogne et vins australiens. Bien au contraire, les AOC reposaient sur des hiérarchisations partielles et locales. Pour obtenir une AOC, l'ensemble des producteurs devait prouver non seulement leur supériorité, grâce à leur réputation acquise, mais aussi leur spécificité, plus tard appelée « typicité », c'est-à-dire fournir une référence locale, appuyée sur les vins et les techniques de productions locales, qui permettait de différencier leurs qualités.

Peu à peu, la plupart des producteurs qui pouvaient prétendre aux appellations « contrôlées » demandèrent à être inscrits au contrôle.

Le reproche majeur fait à la codification des usages locaux, loyaux et constants et à la typicité consistait à y voir une interprétation passéiste de la qualité et un obstacle au progrès. Le CNAO s'y refusait absolument : il n'était pas question de rester enchaîné à des pratiques du simple fait qu'elles étaient traditionnelles :

« Pour beaucoup, la tradition, c'est le respect absolu de pratiques ou de procédés très anciens auxquels le temps et les hommes n'ont fait subir aucune altération [...].

Mais cela ne peut être que le côté folklorique de la tradition, parfaitement mis en valeur de nos jours par les manifestations aux rituels fastueux et solennels des nombreuses confréries vineuses qui donnent une coloration fort pittoresque aux festivités viticoles.

Voir la tradition de cette manière reviendrait à refuser toute évolution entraînée par un affinement des connaissances scientifiques et techniques. Cela reviendrait à nier certaines évidences concernant la réalité de la notion de qualité à une époque donnée. [...]

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

Comme l'homme évolue, la qualité ne peut qu'évoluer avec lui. »¹

L'abandon de la folle blanche qui avait fait la réputation du Cognac mais ne résistait pas au greffage en était un témoin. Le merlot blanc nouvellement apparu en bordelais, bien que n'ayant pas la finesse des cépages traditionnels, n'avait pas été interdit au nom de la tradition ! En revanche, les alambics à marche continue qui fournissaient des alcools inférieurs avaient été prohibés. Ce n'était donc pas la tradition qui devait à elle seule guider les choix mais la qualité des vins. On évitait ainsi de brider les efforts qualitatifs des producteurs et en particulier les innovations dans l'interprétation des styles. Les AOC voulaient susciter une dynamique qualitative collective et non pas s'asseoir sur des lauriers qui tôt ou tard flétriraient. La qualité ou la typicité devaient rester des concepts souples afin de pouvoir évoluer. Cependant, cette souplesse avait des inconvénients : comment, en vertu de quoi pouvait-on décider qu'une fermentation en cuve close donnait une moins bonne qualité que les fermentations en bouteille ? L'élevage des vins devait-il être spécifié, était-il spécifique du style et de la différence ou une variation à l'intérieur de celui-ci ? Était-ce un élément hiérarchique à l'intérieur de cette différence ? Ces questions nécessitaient un examen détaillé des produits qui donnaient lieu à des conclusions plus ou moins fermes ou provisoires. Pour les tenants des AOC, cela ne signifiait pas que la qualité n'existait pas, mais que la traduction de moyens en un résultat était variable, de même que son appréciation.

Le flou laissé entre l'identification de styles par la typicité et la hiérarchisation qualitative des vins servit aux producteurs des appellations identitaires (ou « simples ») pour dénoncer le caractère infondé de la qualité que le CNAO « préten-

dait », selon eux, garantir et qui était plus vraisemblablement le reflet de « l'intéressement de ses membres » ou un « privilège injuste ». La critique fut vive, mais le comité tint bon et résista. Il réussit même à faire abolir le double système d'appellations simples et contrôlées et à rendre obligatoire le contrôle des moyens de la qualité pour qui voulait prétendre à une appellation d'origine. Le contrôle fut aussi étendu à l'ensemble de la distribution, des négociants aux détaillants pour tenter de faire parvenir la promesse de qualité supérieure au consommateur. Suite à cette généralisation du contrôle, les déclarations de récolte de vins d'origine redescendirent dès la fin de la guerre en dessous des 5 millions d'hectolitres². Cette chute drastique de la production de vins d'appellation fut utilisée par les uns comme argument pour démontrer la sélection qualitative qu'opéraient les AOC, par les autres pour désigner le contingentement des privilégiés.

Avec la nouvelle loi, les AOC s'écartaient du certificat d'origine individuel accordé à chaque producteur d'une région pour redevenir une propriété collective qui redonnait sens à l'ancienne réputation des vignobles français. Dans la mesure où les AOC étaient la propriété collective des producteurs qui auraient la responsabilité de sa réputation, il revenait, selon Capus, à ces derniers de répondre collectivement à la question de la qualité. Les AOC lui donnaient un cadre souple et révisable, tout en assurant une forte différenciation avec les vins courants et aussi au sein des vins. Mais la souplesse relative de la référence de qualité ne cessa d'alimenter les critiques. Pour les porteurs d'une réflexion esthétique originale, elle était un insupportable carcan dont ils ne pensaient qu'à se démarquer ; pour ceux qui se sentaient lésés par le tracé des appellations, qu'il s'agisse de producteurs voisins ou étrangers,

1. INAO, 1985, p. 93.

2. La moyenne des quatre déclarations de récolte de 1942 à 1945 est inférieure à 4,8 millions d'hectolitres.

ACTEURS ET TENDANCES

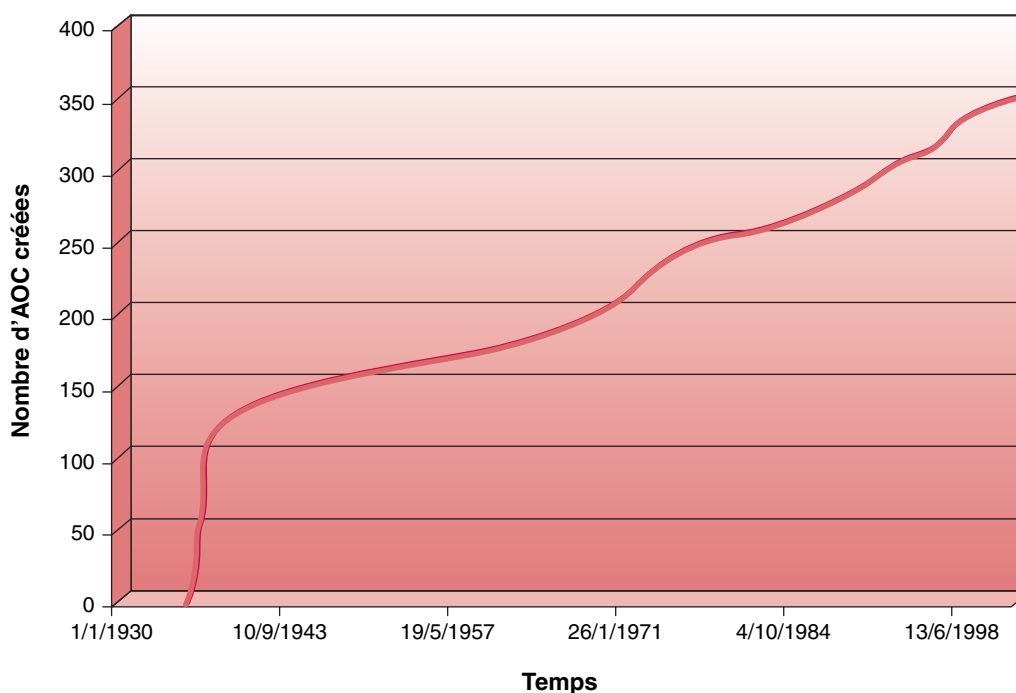
cette souplesse du lien entre qualité et géographie servait à démontrer qu'il ne traduisait que des relations de pouvoir.

Après des débuts extrêmement conflictuels, cette technique de signalisation de la qualité qui évitait soigneusement de se prononcer sur les critères de la bonne et de la mauvaise qualité des vins connut un vif succès. La procédure de création des AOC permit de reconnaître rapidement un grand nombre d'appellations (voir figure 1). Dès la fin des années 1950, les AOC rencontrèrent un succès croissant auprès des acheteurs de vins comme en attestent les statistiques¹. À partir des années 1970, alors que la consommation totale de vins accuse une forte baisse de 0,5 million d'hectolitres par an, celle de vins

sous signe de qualité (AOC et VDQS) augmentait, elle, de 0,25 million d'hectolitres par an. Et le cours du vin de table baissait sans discontinuer, alors que les cours des AOC maintenaient au milieu de fortes fluctuations annuelles, un différentiel très important avec les vins de table². L'année 1981, au cours de laquelle la production de vins d'AOC dépassa celle des vins courants, fut pour l'INAO une année symbole du succès des AOC. Pour de nombreux consommateurs, l'appellation d'origine était un indicateur clair de qualité qui permettait un choix rapide, sans avoir à se préoccuper de la difficile question de la qualité des vins.

« J'ai tendance à aller bien évidemment vers des vins qui me tentent par rapport à leur appellation, par

Figure 1 ■ Création des AOC



1. Depuis 1957, la production totale de vins est en baisse. Mais le nombre des vins qualifiés n'a cessé de croître tandis que les vins « sans qualité » diminuaient. Bartoli *et al.*, 1987.

2. Bartoli *et al.*, 1987.

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

rapport à des années ; et c'est quand même assez pratique si vous voulez dès lors où l'on a cette connaissance [des AOC]. »¹

Pour les producteurs, l'étiquetage AOC leur permettait de faire reconnaître leur engagement à produire des vins de qualité et de demander à ce titre un prix plus élevé. Et ils furent de plus en plus nombreux à demander la création d'appellations d'origine.

2. REBONDISSEMENTS : LES DIFFICULTÉS DE LA SIGNALISATION

Ce succès avait émergé sur fond de controverses ; la recherche d'une efficacité toujours plus grande des signes de qualité demandait de répondre aux critiques. Les AOC, déjà dénoncées par des pays comme l'Espagne et surtout l'ensemble des pays anglo-saxons, qui ne les reconnaissaient pas et qui contestaient cette appropriation de noms pour eux génériques, firent l'objet d'accusations grandissantes avec leur succès.

Elles eurent à affronter trois critiques. Une première leur reprochait d'être des signes imparfaits, imprécis, comportant des erreurs. Certains journalistes comme Guy Renvoisé se firent même instructeurs à charge² et champions, au nom de la qualité, de la dénonciation des imperfections des procédures et des contrôles de l'INAO, et plus généralement de l'inventaire des fraudes

et distorsions multiples au sein du marché vinicole³. Le CNAO, devenu INAO en 1947, répondit par la démonstration de ses constants efforts pour améliorer ses délimitations et règlements d'appellation ; il révisa notamment tous les tracés des appellations qui ne furent jamais définitivement délimitées.

D'autres contradicteurs estimaient que les AOC, comme toute garantie de moyens, ne signalaient qu'une qualité potentielle dont l'actualisation dans les vins vendus restait aléatoire. Les derniers enfin accusaient les AOC d'être des artifices, des promesses creuses entretenues d'un côté par un ensemble de privilèges indus accordés par l'état, de l'autre par la crédulité des consommateurs.

Ces deux dernières accusations menaçaient non seulement les AOC, mais plus généralement toute la différenciation qualitative des vins. Plusieurs réponses successives leur furent apportées.

La controverse sur les méthodes

Les AOC n'indiquaient qu'une garantie potentielle de qualité ; on créa donc des épreuves de vérification du résultat.

L'INAO mit en place progressivement⁴ des dégustations d'agrément au sein des syndicats d'appellation. Elles furent rendues obligatoires par un règlement de la CEE à partir de 1970⁵. On organisa aussi des concours⁶, souvent avec l'aide des syndicats de défense des appellations dès les années 1950, puis des épreuves de dégustation dont les résultats étaient publiés dans des

1. *Entretien amateur JMA*, p. 4. Tous les entretiens cités dans ce chapitre ont été réalisés par l'auteur. Les personnes interrogées sont classifiées selon leur rapport au vin, ici « amateur » et leur nom codé « JMA ». Le numéro de page indique l'endroit de la citation au sein de l'entretien.
2. Pour ces critiques, les contrôles de l'INAO étaient toujours insuffisants. Pour tenter de rendre la signalisation de la qualité plus efficace, il s'efforcèrent d'aider le consommateur à départager le vrai du faux, la qualité réelle des prétentions, les manœuvres intéressées de l'honnêteté.

3. Voir par exemple les ouvrages de G. Renvoisé, 1996, 2004.
4. La première date de 1946, pour le Pineau des Charentes.
5. Art. 11 du règlement CEE 817/70.
6. Le concours général agricole « produits » existait depuis 1874, mais ce n'est qu'en 1894 qu'il s'ouvrit aux vins. Lorsque les AOC furent créées, il en épousa strictement les catégories.

ACTEURS ET TENDANCES

guides (*Hachette, Dussert Gerber, Johnson, Parker, etc.*). Les concours, les guides et les revues vinicoles se multiplièrent dans les années 1980 ; ils évaluaient les marques, les caves, les appellations, les techniques de culture et de vinification, etc. Du même coup, ils assurèrent une veille qualitative très étroite des vins et des AOC et surtout soutinrent l'engagement qualitatif de ceux qui allaient au-delà des minima requis pour bénéficier de l'appellation. Un ensemble croissant de professionnels contribua ainsi à l'établissement des réputations des marques ou domaines viticoles particuliers, des millésimes, des AOC, etc.

Cet effort de jugement donna lieu à une multiplication des signes de qualité, des classements, des évaluations très variables et discutées, ce qui déboucha sur une interrogation sur la qualité des épreuves que l'on faisait subir aux vins. Or, les techniques habituelles, la répétabilité des résultats ou la confirmation par d'autres épreuves, étaient ici inutilisables. L'inspection sensorielle de la qualité des vins ne donnait pas toujours lieu à des résultats répétés, que ce soit dans la caractérisation des différences ou dans leur hiérarchisation, par le même buveur ou par des buveurs différents, fussent-ils ou non experts. Pour autant, ce manque de répétabilité n'était pas non plus le signe d'une mauvaise méthode. Un vin ne se livrait pas toujours simplement, sa qualité pouvait être difficile à dévoiler, bref, l'appréciation pouvait nécessiter une longue suite d'expériences avant de s'assurer. « La dégustation n'est pas une science exacte », résumaient les dégustateurs. Cela ne signifiait pas qu'elle était sans fondement, mais qu'elle devait toujours chercher à être aussi exacte que possible.

Ce flou des résultats de dégustation donna lieu à une importante réflexion sur les moyens qui permettaient de vérifier la fiabilité des jugements sur la qualité des vins.

Puisque les jugements eux-mêmes étaient difficiles à évaluer, on se tourna vers les juges. Mais les épreuves ne pouvaient tester que l'éven-

tail des connaissances des candidats, jamais leur capacité à évaluer car on ne disposait d'aucun jugement de référence qui aurait définitivement fait autorité. Faute de pouvoir tester la justesse d'un résultat, on chercha à limiter les erreurs. Les méthodes pertinentes firent l'objet de fortes discussions : fallait-il faire plutôt confiance aux grandes variations d'un bon expert ou s'en remettre aux tout petits écarts peu significatifs d'une moyenne de dégustateurs ? Selon que l'on pensait que les variations étaient dues à un biais – des goûts – particulier du dégustateur ou une incompétence, l'une ou l'autre des deux solutions était préférable. On proposa de longues *check-lists* de perceptions qui permettaient de ne rien oublier des impressions produites, mais elles faisaient aussi sentir des odeurs inexistantes. On élimina aussi le plaisir parce qu'il était réputé être une donnée trop personnelle ; mais il devint alors difficile de hiérarchiser les vins. On tenta de standardiser les conditions de dégustation, ce qui posa tout de suite le problème de la pertinence du jugement rendu dans une situation artificielle¹.

Pour limiter les variations, l'analyse sensorielle² avait conçu les principes de la dégustation à l'aveugle. Du point de vue de la neurophysiologie et de la psychologie du goût, nos impressions sensorielles objectives étaient soumises à l'influence de facteurs psychosociaux qui venaient les déformer. Pour s'abstraire de ces influences qui dispersaient des jugements selon elle, il suffisait d'en supprimer la source, c'est-à-dire l'ensemble des savoirs *a priori* que l'on pouvait avoir sur un vin. Théorie difficile à mettre en œuvre rigoureusement, car elle obligerait à ne déguster que des produits que le dégustateur ne connaît jamais et donc à propos desquels sa

1. Pour un compte rendu plus détaillé de ces controverses, voir Teil, 2001.
2. Outil mis au point pour l'évaluation et le contrôle de la qualité sensorielle des produits alimentaires.

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

compétence pourrait être contestée, elle proposait néanmoins un dispositif approximatif assez simple qui consistait à masquer les signes visibles portés par un vin, forme de la bouteille, étiquette... Tout en restant fortement contestée de critiques réputés, elle connut un certain succès et devint une référence pour les dégustations collectives, dans les concours ou dans les dégustations d'agrément. Mais elle ne suffit pas à éteindre les doutes, en particulier parce que les dégustations, même à l'aveugle, n'étaient pas répétables.

On recourut alors à d'autres critères méthodologiques que la convergence entre méthodes différentes, ou la répétabilité des résultats. Les dégustateurs étaient soupçonnés d'être trop influençables, notamment par les réputations établies et donc de ne faire que les conforter. Les résultats qui trompaient les attentes pouvaient donc désigner des dégustateurs impartiaux, qui ne se laissaient pas influencer, à la fois indépendants et sans état d'âme. Ainsi, le fait de trouver mauvais un vin réputé bon a pu devenir un signe de fiabilité du dispositif de dégustation dont les critiques, notamment, se sont rapidement emparés. Ainsi, le fait de recalier de nombreux vins jugés mauvais a pu être interprété comme un signe d'exigence et donc de fiabilité. Les dégustations d'agrément qui étaient devenues un lieu majeur d'interrogation sur les évolutions esthétiques du style de leurs vins et qui ne déclassaient pour faute technique grave qu'un tout petit nombre de vins, ou les révisions de classement qui ne changeaient rien, étaient donc soupçonnées, au nom de ce critère, d'être de fausses épreuves. Au contraire, ce critère s'étalait dans les guides comme signe de l'impartialité, de l'indépendance et de l'exigence des dégustateurs, ce qui ne manquait pas d'être contesté par les producteurs ainsi pointés du doigt et qui répondaient par une accusation d'incompétence du ou des dégustateurs ou leur compromission vis-à-vis des nouveaux élus.

Toutes ces controverses, très vives, sur les dégustations donnèrent donc lieu à une prolifération d'épreuves de la qualité des vins qui permettaient d'évaluer le lien entre les signes et la qualité des vins. Dans le même temps, les doutes qu'elles faisaient naître nourrissaient une accusation d'inconsistance persistante, mais qui ne parvenait pas non plus à s'imposer et à vider les signes de qualité de toute capacité à désigner, pour de nombreux buveurs, la qualité des vins.

L'enquête de crédibilité des consommateurs

Si controversée qu'elle fut, la qualité des vins continuait d'intéresser les buveurs. Certains, se pensant résolument incompétents à trancher une question aussi difficile, déléguaient leur jugement à un ou quelques signes, nécessairement plus fiables qu'eux-mêmes. D'autres, attentifs aux dangers d'un usage non réfléchi des signes de qualité, déployaient des procédures d'enquête de la crédibilité des signes parfois très compliquées.

Pour tous ces consommateurs comme pour les professionnels partisans de la signalisation de la qualité, l'existence d'une qualité des vins ne pouvait être mise en doute. Mais ces consommateurs pensaient qu'ils n'étaient pas les plus compétents pour répondre à cette difficile question et préféraient se fier aux signes, ou du moins s'appuyer dessus. Face aux différents signes de qualité ou informations sur la qualité des vins, il fallait identifier les meilleures sources d'information. Certains balançaient entre journalistes et professionnels, d'autres leur préféraient des experts plus personnels, des amis ou familiers, d'autres enfin penchaient pour un avis unanime, la réputation.

Leur propre incapacité à décider par eux-mêmes faisait peser un soupçon très fort sur la sincérité de l'intention portée par le signe de qualité :

ACTEURS ET TENDANCES

« Les [bouteilles] spéciales ? [...] C'est une des techniques utilisées pour se distinguer et retenir l'attention. Mais pour le vin rouge cela ne me plaît pas [...] Donc, une bouteille comme cela, qui se démarque par son étiquette ou sa forme, moi, automatiquement, je ne la regarde même pas. »¹

Il était donc fondamental d'être attentif et de faire la part des choses. La nécessité de vendre et faire des profits était réputée induire une duplicité chez les vendeurs et producteurs, même, voire surtout, les meilleurs, ce qui les amenait à tromper leurs clients, en détournant les signes de qualité :

« Il y a des marques qui sont formidables et quand elles arrivent à une certaine notoriété, hélas, ce qui se passe d'habitude, c'est qu'elles baissent. [...] Si une marque a beaucoup de demande, cela l'oblige à avoir une production plus grande et parfois, cette production plus grande dépasse les possibilités [de production]. Alors, on peut supposer qu'ils mélangent les vins ou qu'ils amènent du vin d'un autre endroit ou... S'il y a une demande énorme, on peut supposer qu'ils ne peuvent soutenir ce niveau de qualité. »²

Conscient de l'incertitude qui pesait sur la qualité, l'acheteur tentait de se défendre des imperfections de l'économie et des manœuvres opportunistes des producteurs ou vendeurs en appuyant ses choix sur une enquête de la crédibilité des signes de qualité. Cette possibilité de détournement était souvent vue comme un mal inévitable certes, mais dont on pouvait toujours se prémunir en s'informant. On pouvait aussi

minimiser les risques en choisissant toujours les produits signalés les moins chers. Pour d'autres buveurs, la nécessaire ou inévitable poursuite des intérêts de chacun condamnait définitivement tout effort de signalisation de la qualité. Aucun signe, aucun garant n'était de ce fait jamais définitivement crédible :

« La Ribera (AOC espagnole) met dans les crianzas³ des vins trafiqués. C'est ce qu'il faut dénoncer. Tu n'es pas d'accord ? Et les gens se taisent parce qu'ils ne veulent pas d'ennemis. »⁴

Pour eux, les signes étaient toujours fallacieux. Et le succès des AOC ne faisait que montrer la crédulité ou l'irréflexion des consommateurs, en aucun cas leur capacité à désigner la qualité. De plus, cette crédulité des consommateurs devait être dénoncée, car c'était elle qui rendait les signes efficaces en eux-mêmes.

La prolifération des indices de crédibilité

Pour aider l'enquête des buveurs et faire valoir leur propre compétence à juger, les critiques, dont le nombre allait croissant depuis les années 1970, multiplèrent les preuves de leur crédibilité. Un premier argument consistait à exposer et défendre le choix de la meilleure méthode de dégustation garantissant le résultat le plus juste, le plus impartial, souvent, la dégustation à l'aveugle. De nombreux guides ajoutaient comme signe de fiabilité ou d'indépendance vis-à-vis des producteurs le déclassement de produits très réputés⁵ ou une grande sévérité de jugement :

1. *Entretien amateur RL*, p. 40. Ici, la bouteille était un instrument de manipulation des consommateurs, mais ailleurs, le raisonnement était inverse et la bouteille distinguée devenait un moyen de reconnaissance d'une certaine supériorité : « Les Riojas ont la particularité de la forme spéciale de l'étiquette. C'est une type d'étiquette qui... la plupart des Riojas, non ? Ils se distinguent du reste. Mais oui, cette bouteille m'attire beaucoup, non par le filet doré, bien qu'il lui donne un aspect de qualité, je ne sais pas... XX [marque de très grande réputation] l'utilise depuis toujours. » *Entretien amateur RL*, p. 41.
2. *Entretien amateur RL*, p. 36 & 83.

3. Vin à élevage court en barrique.

4. *Deuxième entretien amateur LT*, p. 21.

5. Dans les quelques 200 « éliminés » de P. Dussert Gerber, figurent par exemple Le mas Daumas Gassac ou le domaine Ott en 1992, le champagne Besserat de Bellefont en 1990 et toujours plusieurs châteaux connus du bord-dela (Lagrange, Léoville Barton, par exemple en 1994).

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

« Je ne peux pas cacher que le bilan [de la qualité des vins] au vu des résultats de nos dégustations, reste très mitigé [...] Statistiquement, 85 vins dégustés sur 100 obtiennent des notes comprises entre 5 et 13 sur 20. »¹

Les critiques adjoignent parfois à leurs propres affirmations d'impartialité (« le guide qui dit la vérité », *Guide Dussert Gerber*) des signes de reconnaissance de leur compétence par leurs pairs :

« Peñín est le seul écrivain de vins espagnols reconnu par le prestigieux Who's who international du vin et membre de l'Académie espagnole de gastronomie. »²

La quatrième parle ensuite du « grand nombre de revues auxquelles il collabore » qu'elles soient écrites ou à la radio, puis les 12 titres qu'il a déjà publiés sur le vin et les alcools espagnols. Ces premiers signes ont été secondés par un autre type d'indices, circulaires : les effets de la crédibilité comme indices de crédibilité :

« Pour la première fois, nous ne sommes pas allés à la pêche aux vins [...] Non sans surprise, nous avons reçu plus de marques que nous n'espérions. Les meilleurs vins d'Espagne sont arrivés presque tous d'eux-mêmes. »³

Ils pouvaient être fondés sur l'écoute du critique auprès des producteurs, ou aussi sur l'impact qu'il avait auprès des buveurs, comme la mention « plus de 350 000 exemplaires vendus » sur le *Guide Dussert Gerber 1992*⁴.

Mais ces efforts d'argumentation ne furent pas toujours interprétés comme des preuves de compétence. Il leur arriva même de générer des attitudes inverses à celles visées. Ces arguments étaient alors toujours des indices indirects de la

compétence : bonne intégration professionnelle ou effet de réputation. Tout ce que montraient ces signes était que les critiques savaient se mettre dans les bons réseaux. Par contagion, leurs jugements pouvaient n'être que le reflet de leur capacité à s'y maintenir.

Encore une fois, les efforts déployés pour prouver la compétence des juges firent rebondir la controverse. Selon les cas, un même argument pouvait être interprété comme une marque de compétence ou comme une prétention vide. Aucun test ne permettait d'en finir définitivement avec le doute. La réputation elle-même fut souvent interprétée comme un frein à l'émergence d'un jugement fiable sur la qualité des vins. Parker s'est ainsi attiré, à côté d'un très grand nombre de partisans⁵, des jugements de défiance particulièrement violents :

« Parker [...] a l'énorme défaut (qualité ?) de n'avoir aucun concurrent qui ait réussi de près ou de loin à approcher sa notoriété démesurée. Il est invraisemblable et même honteux qu'un seul homme puisse faire à ce point la pluie et le beau temps dans les vignobles français, pas seulement sur les cours, mais aussi sur l'esthétique des vins dont il favorise l'uniformisation vers la puissance et la vulgarité. SCANDALEUX !

De plus, il influence tellement les cours des vins qui lui plaisent que ceux-ci deviennent complètement inaccessibles, non seulement à cause de la demande insensée qu'il provoque mais des spéculations qu'il génère. »⁶

Pour ce buveur, ce n'est pas tant Parker qui était à mettre en cause, il faisait son travail de dégustateur, mais le contrôle critique collectif qui était débordé par son immense réputation. Or, ici, et c'est ce qui provoquait sa colère, la réputation excessive entraînait un dysfonctionnement de la critique qui laissait ce journaliste

1. Leclerc, 2000, p. 8.

2. Peñín, 1998, quatrième de couverture. Inchangé dans les éditions suivantes.

3. *Ibid.*

4. L'édition 1992 mentionne « plus de 350 000 exemplaires vendus », celle de 1994 « plus de 450 000 ».

5. Sa lettre, le Wine Advocate, compte plus de 40 000 abonnés (source *Robert Parker*).

6. Document électronique « Le grand Bob », copyright Jean Durand, février-mars 1998.

ACTEURS ET TENDANCES

faire la pluie et le beau temps et imposer ses jugements sans le moindre contrôle.

Au final, tous les critiques traqueurs de qualité avaient bien généré un engouement de plus en plus fort pour les vins de qualité dont les ventes et les prix ne cessaient de progresser¹. Mais en cherchant à améliorer la signalisation de la qualité, ils avaient aussi nourri la dénonciation de l'inexistence de la qualité et l'accusation qui leur était faite de parasiter le marché².

Le recours à la science

Pour de nombreux buveurs, producteurs et critiques, il existait un moyen de trancher la controverse : on pouvait recourir à la science et la charger d'établir s'il existait ou non un lien entre les signes et la qualité qu'ils prétendaient désigner. L'INAO s'était toujours appuyé sur des experts scientifiques³ pour établir la référence à la qualité dans les procédures de création des appellations, mais cet institut arrêta là sa collaboration avec les scientifiques. Comme le préconisait J. Capus, il fallait pour créer une appellation s'en remettre à :

« l'esprit d'observation des vignerons [qui] a abouti sur bien des points à des résultats que l'observation scientifique confirme, mais que la science ne peut expliquer. »⁴

1. « La filière compte 467 appellations, soit 52 % de la production (hors cognac et armagnac). Elle concerne 75 000 exploitations CA : 14 milliards € pour les vins, 1,6 milliard € pour les eaux-de-vie : cognac, armagnac et calvados, dont 80 % réalisé à l'export. Soit 82 % de la valeur viticole française totale. Superficie : 483 687 ha soit 57 % de la superficie totale. » Source : INAO, 2004.
2. « Si les prix en vente publique sont les vrais indicateurs de qualité, ce qu'il y a toute raison de croire, alors un peu d'économétrie extrêmement simple fait tout aussi bien, si pas mieux, que les avis des experts les plus connus ». Ginsburgh, 1995, p. 240.
3. Voir le quadrillage des terroirs vinicoles en pays de Loire réalisé avec l'aide des travaux de A. Morlat.
4. Capus, 1947, p. 75.

Ce n'est que récemment, en 1994, avec l'élargissement de ses compétences à de nombreux produits et surtout aux IGP (indication géographique protégée)⁵ qu'il signa un accord cadre de recherche avec l'INRA⁶. Et l'INAO ne demandait pas à la science d'intervenir dans l'évaluation de la qualité des vins :

« Les thèmes d'étude sont particulièrement destinés à mieux expliciter les liens entre les produits et les terroirs qu'il s'agit de différencier et qualifier plus précisément, par exemple :

- contribuer à mieux définir les terroirs et leurs délimitations,
- comprendre les relations entre divers facteurs de production et les caractéristiques des produits d'origine dans leur diversité. »⁷

Des scientifiques laissèrent l'INAO à sa timidité et sa réserve et cherchèrent une relation entre les terroirs, les pratiques, les réputations, les signes de qualité⁸ et la hiérarchie des vins. De très nombreux facteurs pédologiques, agronomiques et météorologiques furent inventoriés sans jamais suffire à discriminer les qualités ni en reproduire les hiérarchies⁹. Mais peut-être était-ce dû au manque de rigueur conceptuelle de la « qualité ». Ce recours à la recherche

5. Signe européen de qualité créé en 1992.

6. Cet accord cadre de 1994 à 1998 ne fut renouvelé qu'en 2002.

7. Bilan sur les coopérations menées entre l'INAO et l'INRA depuis 1994, communiqué de presse du 6 septembre 2002. Dans le dernier accord cadre, les questions de recherche quittent l'étude du lien entre qualité et terroir pour s'orienter vers d'autres thèmes et en particulier la modification des terroirs suite aux évolutions technologiques « externes » ou subies par les appellations.

8. Au début des années 1990, 6 laboratoires de sciences techniques de l'INRA travaillent sur le lien entre les signes de qualité, essentiellement les AOC et les labels – mais pas uniquement – et la qualité des vins.

9. Cette affirmation doit être nuancée d'une exception, le sotolon, molécule associée au « goût de jaune » des vins du Jura (Dubois *et al.*, 1976), mais aussi au Jerez et à d'autres vins à élevage oxydatif comme le Banyuls.

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

s'accompagna alors d'un effort de définition de la qualité de la part des professionnels et dont Émile Peynaud rend compte dans son livre, *Le goût du vin*. Il donna lieu à une prolifération de propositions. Certaines étaient positives et tentaient de la circonscrire :

« La qualité est un concept qui indique simplement une préférence du consommateur pour un produit, influencé par une mode ou une propagande (Larrea). [...] La qualité se définit par le pouvoir gratifiant qu'il représente pour l'organisme [...] (Debry). »¹

Mais elles suscitaient immédiatement des questions : la qualité était-elle seulement physiologique ? Si c'était une préférence de consommateur, de quel consommateur ? Pour éviter ces controverses la désignation devait s'élargir... jusqu'à la tautologie :

« On a beaucoup écrit sur la qualité, et d'abord pour essayer de la définir. On trouve la même idée sous des plumes différentes : "la qualité se constate plutôt qu'elle ne se définit" (Pisani) ; "la qualité d'un vin s'éprouve plutôt qu'elle ne se prouve" (Poupon) ; les Américains et les Italiens l'expriment de la même façon [...]. Une définition très simple et très claire, évidente, est celle-ci : "La qualité d'un vin est l'ensemble de ses qualités, c'est-à-dire de ses propriétés qui le rendent acceptables ou désirables." [...] "La qualité n'est pas une chose ; elle n'a pas d'existence par elle-même... Elle est une conception mentale qui cherche à établir une classification et une hiérarchie" (Roubert) »²

Certains comme B. Paumard essayèrent d'affiner la définition de la qualité en la rapportant à de fines catégories de vins. Mais la qualité s'estompa alors dans les multiples catégories des vins :

« Le vin exprime des notes de madère, de vermouth, de noix : non protégé, c'est-à-dire laissé au contact de l'air avant ou après la fermentation, le vin s'est **oxydé**. [...] »

1. Peynaud et Blouin, 1996, p. 230.

2. Peynaud et Blouin, 1996, pp. 229-230.

Vous relevez une odeur oxydée

Négatif sur un vin primeur ou de cépage censé développer des arômes de fruits frais

Négatif sur un vin de terroir jeune

Négatif sur un vin de terroir évolué

Neutre sur un vin de terroir très évolué

Négatif sur un grand vin d'élevage jeune

Neutre sur un grand vin d'élevage évolué ou très évolué

Neutre sur un vin d'élevage traditionnel à tendance oxydative comme le vin jaune, les vins doux naturels rancio, madère, jerez »³.

Les difficultés de délimitation de la qualité, que ce soit par la recherche technique ou par les professionnels amenèrent une extension de la notion de qualité : elle n'était plus une caractéristique simple à rechercher dans le produit, mais le fruit complexe d'une rencontre entre un produit et un buveur. Un effort parallèle des professionnels tenta de raisonner la qualité en fonction des circonstances de dégustation. Mais elle se dissolut alors dans les conditions de consommation des vins :

« ... l'occasion ? Est-ce un repas familial, un déjeuner d'affaire ou une soirée de fête ? L'ambiance ? Me sens-je prodigue ? Est-ce que je cherche la nouveauté, ou la sécurité ? L'économie ? »⁴

ou dans les facteurs contextuels :

« Nous avons pu en conclure que, pour les rouges au moins, la pression atmosphérique avait un effet sur le goût du vin : la haute pression améliore le goût et la basse pression le détériore. »⁵

La qualité que l'on avait évité d'emprisonner dans une définition générale, valable pour tous les vins, résistait. Il lui fallait au contraire de multiples théories, points de vue, méthodes, sans cesse mis à jour et renouvelés.

Faute d'une délimitation de la qualité des vins, une nouvelle interprétation grandit qui

3. Paumard et Millet, 2000, p. 74.

4. Johnson, 1985, p. 93.

5. Ewing-Mulligan et McCarthy, 1997, p. 95.

ACTEURS ET TENDANCES

faisait de la qualité une interprétation de la part d'un acteur ou d'un sujet. La qualité devenait une vision des produits déformée par la perception¹ et où il fallait trier le vrai de l'illusion pour lui redonner un véritable fondement. Les sciences sociales furent alors conviées pour chercher à évaluer et surtout délimiter ce contenu social, subjectif ou imaginaire de la qualité des AOC². Mais elles ne parvinrent pas à le contenir.

Les efforts de définition de la qualité aboutissaient invariablement à son ouverture. Ni la, ni les qualités des vins n'étaient unanimement énonçables, coordonnables ou hiérarchisables. Elles dépendaient toujours des vins, des moments, des personnes, des théories... Les efforts de recherche ne réussirent donc pas à clore la question de la qualité et contribuèrent vraisemblablement au contraire à élargir la controverse. Certains pensaient que le manque de résultats était dû à un travail inachevé, d'autres à l'inexistence de la qualité. Les sciences sociales en particulier interprétaient cet échec comme la preuve du caractère social de la qualité des vins qui échappait toujours à toute objectivation.

Mais pour de nombreux critiques, ce n'était pas la qualité des vins qui était en cause, c'était le signe de qualité lui-même qui semblait ne jamais pouvoir échapper au soupçon de désigner autre chose que ce qu'il prétendait indiquer.

3. UNE NOUVELLE ÉTAPE : LE REJET DES SIGNES

Pour ces critiques et dégustateurs professionnels, la qualité existait : ils la jugeaient tous les jours. Et les signes parvenaient toujours plus ou moins bien à l'identifier. Mais le recours aux signes avait pour inconvénient intrinsèque d'entretenir une controverse sur l'existence de la qualité. La solution consistait alors à se passer des signes. Pour y parvenir, il fallait que les consommateurs cessent de les utiliser et apprennent à reconnaître la qualité par eux-mêmes :

« S'il y a des mauvais vins, c'est qu'il y a des mauvais buveurs. [...] Vous buvez le vin que vous méritez. Choisissez de boire meilleur, acceptez de payer plus cher un vin parce qu'il est supérieur et les vins aussitôt s'amélioreront. C'est au consommateur de décourager les auteurs de mauvais vins. »³

La plupart des buveurs continuaient d'apprécier et d'utiliser massivement les AOC pour choisir leurs vins de qualité. Et cet usage entretenait du même coup l'accusation selon laquelle ces signes de qualité pouvaient n'être que des signes, des attrape-nigauds sans référents dans les propriétés du vin. Une injonction leur fut adressée : le consommateur devait chercher à valider par lui-même les prétentions de qualité des vins qu'il achetait sans s'en remettre à des tiers. Il ne devait plus être un « buveur d'étiquette », il ne devait plus s'en remettre aux signes, mais acquérir lui-même le savoir nécessaire à l'évaluation de la qualité des vins.

Le buveur d'étiquette était décrit comme celui qui tire satisfaction du seul signe et non de la qualité propre des vins, le snob, celui qui veut signifier son statut social par sa consommation ou usurper ce statut en mimant la consommation des autres (voir encadré 1).

1. En économie notamment, la hiérarchie des prix épousait les préférences d'une poignée d'experts, non celles des profanes. Les économistes en déduisaient que la consommation de vin était socialement influencée puisqu'elle ne dépendait pas des préférences des consommateurs. Combris *et al.*, 1997.

2. À partir de 1994, deux actions transversales de recherche portant sur la construction sociale de la qualité (Valceschini et Casabianca, 1996), puis sur les AOC (Béranger et Valceschini, 1999), ont cherché à fédérer les recherches en sciences sociales sur ce thème autour de l'INRA. Ces actions de recherche dépassent bien sûr le seul cas du vin et s'intéressent à « l'objet » signe de qualité.

3. Peynaud et Blouin, 1996, p. IX.

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

Encadré 1 ■ « Le connaisseur »

Tout le monde en a un dans sa famille ou parmi ses relations. À la Fête du Vin, à la foire de Langon, à Vinexpo ou à la Saint-Vincent bourguignonne, son comportement est le même : un rapide tour d'horizon et il se précipite vers les appellations prestigieuses ou les grands crus.

D'entrée, ses aristocratiques papilles dédaignent les « petits » saint-émilion, les « petits » pommards. Pour lui, un médoc s'efface devant un haut-médoc qui par définition ne peut rivaliser avec un pauillac. Il est péremptoire : « je n'en goûterai que deux ou trois, mais des grands ! »

Il connaît le vin, le cru qu'il a dans son verre. Des fois, son verbiage descriptif commence avant d'avoir eu le vin dans la bouche. Il vous met en demeure d'apprécier : quel merveilleux vendeur ferait-il dans la grande distribution !

Voler au secours du succès est sa vocation. Faites-lui goûter une de vos découvertes, un de ces vins d'œnophile, il condescendra à y trouver quelques mérites mais... mais... « il ressemble à château X en moins étoffé » ou « à Clos Y en plus acide ». Vous ne le surprendrez jamais : il connaît tout, du moins tout ce qui a déjà été sacralisé : c'est le « buveur d'étiquettes ».

(Site internet : www.75cl.com).

Au contraire de ce buveur « social », le « véritable amateur » devait écarter les signes et chercher à devenir compétent en s'informant sur les manières de faire le vin, de cultiver la vigne, sur les traditions locales de production, sur les différentes typicités et goûts des vins, en appréciant leur diversité, leur originalité, etc. pour pouvoir vérifier par lui-même les prétentions de qualité des vins. L'acheteur ne devait plus déléguer, mais réinvestir sa position d'arbitre de ses choix, il devait donc former ou éduquer son goût, pour peser à nouveau directement sur les marchés. Les critiques firent alors évoluer leur activité¹ : au lieu de sélectionner des vins et fournir des indices de crédibilité aux buveurs pour tenter d'orienter leur consommateur sur les bons vins, ils devinrent des éducateurs, multiplièrent conférences et cours et publièrent des ouvrages d'un type nouveau, où les notations de bons vins laissaient la place aux travaux pratiques².

1. Pour plus de détail sur les amateurs, les critiques et leurs interactions, voir Teil, 2004.

Une épreuve, la dégustation à l'aveugle

Pour aider les buveurs à devenir des experts, on leur recommanda d'utiliser la dégustation à l'aveugle afin de se prémunir contre les influences qui étaient responsables de leur mauvaise capacité à juger la qualité des vins. Mais cet outil servit aussi aux apprentis experts pour évaluer les progrès de leur compétence. Elle permettait en effet de faire des tests de reconnaissance de l'identité des vins à l'aide du seul goût. Cette épreuve n'indiquait qu'une capacité à reconnaître, non à évaluer. Pour les critiques, cette seconde capacité pouvait en être induite : la capacité à reconnaître supposait que le bon buveur savait percevoir les traits gustatifs discriminants des classes de vin, de son nom à sa région de production en passant par les cépages, les vinifications, les vigneron ou les millésimes. Il savait donc décrire le goût du vin et en reconnaître les traits pertinents.

2. Voir par exemple Peynaud et Blouin, 1980 ; Lenoir, 1981, 1998 ; Johnson, 1985 ; Lecouty, 1987 ; Robinson, 1995 ; Ewing-Mulligan et McCarthy, 1997 ; Paumard et Millet, 2000 ; Peñín, 1998.

ACTEURS ET TENDANCES

Et l'on pouvait en inférer avec certaines précautions, qu'il savait alors juger. Les dégustateurs professionnels avaient ainsi créé leurs épreuves de compétence dont la plus célèbre était sans doute le concours de meilleur sommelier. Les critiques avaient mis sur pied des diplômes (*Wine master*) et se livraient régulièrement à des dégustations « piège ». Les scientifiques¹ utilisaient ces mêmes tests pour tenter de clarifier le doute sur leur expertise sans en passer par les pairs et la réputation.

Pour les buveurs, l'épreuve était conforme à l'éthique du « vrai amateur » ou du « bon dégustateur », qui rejetait le recours aux « signes de qualité ». Mais pour ceux qui n'avaient pas passé des années à traîner leurs bottes dans les chais et les caves, ce test devenait très difficile. Ils parvenaient à reconnaître des régions de production, éventuellement une appellation. Les dégustateurs professionnels convertis en pédagogues leur expliquaient alors qu'il ne fallait pas se décourager. Il fallait apprendre à déguster, c'est-à-dire à connaître les styles des vins, cette référence qui doit cadrer l'évaluation de la qualité, et pour cela retenir des rudiments d'œnologie, de viticulture, goûter les interprétations les plus intéressantes de chaque appellation ou région. Ensuite, si l'on pouvait, ou devait, utiliser le plaisir ressenti pour entretenir la curiosité et l'activité de dégustation, il fallait aussi prendre une certaine distance avec ce que l'on aimait, « ses goûts » :

« Si vous tendez l'oreille dans des discussions entre amateurs de vin, vous entendrez certainement des mots tels que goudron, fumier, selle mouillée, allumette brûlée ou asperge. Comment est-ce possible ? Bien heureusement, les vins concernés par de telles appréciations ne sont pas généralement ceux que vous boirez, sauf à devenir passionné. Parce que, si

vous devenez passionné, votre point de vue pourra changer jusqu'à considérer que certains de ces arômes [...] peuvent devenir tout à fait agréables. »²

Dans tous les cas, il fallait se méfier de ses propres évaluations. Ce n'était pas parce que l'on n'aimait pas que le vin était mauvais. Les goûts et préférences étaient des avatars inconstants et biaisés par l'habitude :

« Certains vins provenant de vignes hybrides de *Vitis lambrusca* ont une odeur que l'on appelle foxée (de l'anglais *fox*, renard). Par accoutumance, ces vins arrivent à être appréciés par certains buveurs. »³

Pour faire de son goût une capacité à juger, il fallait déguster et redéguster, essayer, expérimenter tout ce que la curiosité amenait à portée de verre, ce qui transformerait petit à petit le goût. Tout au long de cet apprentissage, la dégustation à l'aveugle permettait de baliser les progrès et les lacunes de chacun.

Les « vrais amateurs », ceux qui ne voulaient pas être des « buveurs d'étiquette », se livraient donc assez régulièrement à ces épreuves qui leur permettaient d'évaluer leur compétence. Parfois, l'examen devenait un jeu collectif :

« Je choisis à peu près 6 ou 7 (au moins 6) appellations de vins dans ma cave que je mets en carafe, et je lance des invitations à tous mes meilleurs copains qui aiment le vin et je leur fais découvrir ces vins, mais à l'aveugle. Ils sont tous en carafe, numérotés, et autour d'un bon buffet, très convivial, je leur donne des morceaux de papier, des petits fascicules avec des crayons [...] je pense que c'est un moment que l'on devrait faire encore plus souvent, parce que c'est... d'abord cela permet de partager la culture du vin. »⁴

Aux incertitudes qui pesaient sur la crédibilité des juges de la qualité, des critiques et des buveurs répondirent donc par un élargissement

1. 1999-2000 ; O. Ashenfelter publie depuis le milieu des années 1990 de nombreux résultats de ses tests sur le site Internet « Liquid Assets ».

2. Ewing-Mulligan et McCarthy, 1997, pp. 20-21.

3. Peynaud et Blouin, 1996, p. 198.

4. *Entretien amateur JMA*, p. 13.

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

de la compétence à juger. La différenciation de la qualité initialement confinée à des signes, puis à une critique, fut ée progressivement étendue à un plus vaste ensemble de buveurs formés à percevoir ces différences :

« Si les bons vins affinent le goût du consommateur, ceux-ci contribuent par leur choix avisé à faire progresser la qualité des vins. Il s'ajoute une mission de plus aux multiples fonctions de l'œnologie, celle de faire mieux connaître le vin dans le but de le faire mieux apprécier. »¹

Mais comme précédemment, la dégustation à l'aveugle ne devint pas la panacée. Des amateurs et dégustateurs professionnels lui reprochaient de réduire la qualité ou d'en limiter la perception. D'autres qui n'avaient pas envie de se lancer dans un tel apprentissage lui préféraient simplement l'analyse de crédibilité des signes pour choisir leurs produits :

« Tu as des guides ? [...] »

J'en ai un, un livre depuis déjà quelques années. Il s'appelle... C'est Peñín, un œnologue relativement connu. Et c'était un guide des vins comme un livre. Mais je l'ai acheté il y a un certain temps, un peu parce qu'avant mon ignorance en matière de vins était totale. C'était un peu pour savoir ce qu'étaient les AOC... c'est quand j'ai commencé à m'intéresser au vin. C'est une facette du goût que je n'ai pas voulu diriger de trop. Je ne rentre pas dans les guides. »²

Et surtout, ce recours à la dégustation à l'aveugle donna lieu à deux interprétations qui relancèrent le débat sur la qualité des vins. Suivant l'interprétation neurophysiologique, la dégustation à l'aveugle pouvait être interprétée comme l'instrument d'une perception vraie de la qualité, mais non d'une évaluation vraie puisque son usage ne parvenait pas à réduire les

controverses sur l'évaluation de la qualité des vins. Un raisonnement sociologique concluait que les usagers de la dégustation à l'aveugle ne faisaient que chercher à épouser ou imiter les préférences de prescripteurs sociaux et l'usage de la dégustation devenait un signe de distinction ou de reconnaissance de leur statut social.

Le marketing ou l'expertise pour tous

Les vins australiens, californiens ou chiliens dont les appellations bordeaux, bourgogne, champagne ou cognac avaient ému les députés au début du XX^e siècle sont réapparues en force ces dernières années. Si ces vins semblaient initialement avoir du mal à « percer » auprès d'acheteurs fidèles à leurs signes de qualité, ils défrayent aujourd'hui la chronique : alors que les statistiques de vente des vins de qualité français piétinent ou s'effondrent, on étale leur progression pour ces nouveaux produits.

La recherche de causes à cette nouvelle crise n'a pas tardé à produire ses nouvelles interprétations. Les producteurs français n'auraient-ils pas oublié tout simplement le consommateur ? Jusqu'à maintenant, le bon goût était défini par des élites. Et le consommateur n'avait d'autre choix que de plier ses goûts au « bon goût » :

« Nos consommateurs pour l'instant subissent le vin. Ils doivent obéir aux codes pour rentrer dans le saint des saints sous peine d'être rejetés dans les ténèbres extérieures. »³

Or, pour cet auteur, ce goût socialement défini n'a aucune raison de s'imposer à tous. Et le succès des vins du nouveau monde est dû à ce que leurs producteurs ont bien saisi que tout le monde a le droit d'avoir les goûts qui lui plai-

1. Peynaud et Blouin, 1996, p. 235.

2. *Entretien amateur RL*, p. 44-45.

3. Propos attribués à J. Berthomeau, auteur du « *Rapport sur l'avenir de la filière et initiateur du groupe de réflexion Cap 2010* », 2004, p. 18. On trouvera un raisonnement similaire mais moins détaillé dans Gaultier, 2002, ou Association Française des Éleveurs, 2002.

ACTEURS ET TENDANCES

sent. Dès lors que l'on écarte l'imitation ou la distinction qui confinent la demande du marché aux vins réputés et à quelques couches sociales, l'horizon économique se dégage, faisant apparaître de vastes gisements de buveurs. Mais pour les exploiter, il faut produire une révolution marketing dans les chais et penser l'ajustement des goûts entre le produit et le consommateur, en particulier se passer des prescripteurs œnologues et autres critiques et redonner la voix aux buveurs :

« Les vins australiens ont élaboré une démarche, défini leurs objectifs et ensuite mis au point le produit, explique Laurent Dulau, directeur de Vinidea. Dès le début de l'histoire moderne du vin en Australie, la recherche, le développement et le marketing ont travaillé main dans la main. [...] Ce n'est plus aux œnologues de décider, c'est au consommateur de dire si un vin doit être micro-oxygéné ou non, élevé sur lies ou non. »¹

Cette nouvelle interprétation de la qualité des vins pourrait déboucher sur une nouvelle « couche » de coordinations au sein de la filière qui élargirait encore le cercle des personnes concernées par la définition de la qualité des vins.

En effet, grâce à leurs outils d'interrogation de la demande, les techniciens du marketing vont suggérer à un plus grand nombre de buveurs de se poser des questions sur la qualité des vins. Ceux qui ne veulent pas se poser de telles questions ou se sentent incompetents continueront de se fier aux signes de qualité ; d'autres buveurs qui s'y intéressent depuis longtemps et discutent régulièrement avec les producteurs continueront de donner leur opinion sur la qualité ; et sans doute quelques nouveaux sollicités se laisseront convaincre qu'ils peuvent eux aussi se poser. Dans la mesure où l'on ne supprime ni les AOC, ni les guides, ni les critiques, ces techniques ne feront que poursuivre l'élargissement du nombre

de personnes impliquées dans les discussions sur la qualité des vins, réalisé progressivement depuis le début du siècle. Mais une chose est sûre, ou presque : la controverse sur la compétence des buveurs à juger et spécifier la qualité risque bien de trouver là une nouvelle jeunesse et donner lieu à une autre procédure de mise en marché des vins. Car, fait étonnant dans ce marché des vins de qualité, les réinterprétations successives de la qualité des vins et du rôle des signes de qualité n'ont pas remplacé les précédentes, mais s'y sont ajoutées. C'est pourquoi ce marché apparaît aussi complexe avec ses signes, ses critiques, ses amateurs, sa dégustation à l'aveugle et bientôt ses enquêtes marketing, ses centaines de milliers de nouveaux vins mis sur le marché à chaque vendange et sa coexistence de multiples circuits de distribution.

CONCLUSION

Cette histoire récente des signes de qualité vinicole fait apparaître deux conceptions du fonctionnement des marchés. Pour les tenants des marques, le buveur, en tant que consommateur final, est le seul à être habilité à décider de ce qui est bon. Cette notion serait même selon Lisbeth Cohen au centre de la conception américaine démocratique des marchés (Cohen, 2003). Dans la mesure où ils n'adhèrent pas au goût des consommateurs, aucun signe de qualité, aucun expert ne saurait s'y substituer pour guider son choix ; ils sont donc alors toujours interprétés comme des entraves au « libre fonctionnement des marchés ». Cette conception s'inverse chez les Européens pour qui les consommateurs ne sont pas les seuls à pouvoir prétendre juger ce qu'est la qualité. Incompétents, mal informés, ils peuvent aisément se tromper et lamener les efforts des producteurs pour élaborer de bons vins. Ce fut donc pour se prémunir des effets néfastes de l'incapacité des acheteurs à appuyer leurs choix sur la qualité des vins que

1. *Ibid.*

Les vins de qualité ou l'inlassable arbitrage des compétences à juger

les signes de qualité furent inventés. Initialement prise en charge et discutée par une poignée d'administrateurs, puis de professionnels, cette question de la qualité n'a cessé au fil des réinterprétations d'élargir le nombre des personnes concernées par la discussion de la qualité. Mais il reste que la mise en marché des vins de qualité continue de penser la production de l'accord entre les buveurs et les vins comme une éduca-

tion ou une formation des buveurs à une qualité organisée comme une compétition entre les producteurs.

Le conflit qui oppose les vins européens aux vins du nouveau monde n'est donc pas tant un affrontement économique concurrentiel qu'une différence d'arbitrage au sujet de la reconnaissance de compétence à juger la qualité des produits.

BIBLIOGRAPHIE

- Revue Française d'Œnologie* (2000), De la dégustation à l'analyse sensorielle – Collioure – Vingrau, terroir des Rivesaltes et Muscats de Rivesaltes, n° 182 (mai-juin).
- Réussir Vigne* (2004), Du vignoble au chai, dossier « Faire du vin pour le vendre », n° 97.
- Association Française des Éleveurs (2002), *Battons nous à armes égales !*, Information Presse OPHA.
- Bartoli P., Boulet D., Lacombe P., Laporte J.-P., Lifran R. et Montaigne E. (1987), *L'économie viticole française*, vol. 278, INRA, Paris.
- Béranger C. et Valceschini E. (1999), *Qualité des produits liés à leur origine*, INRA, Paris.
- Capus J. (1947), *L'Évolution de la législation sur les appellations d'origine – Genèse des appellations contrôlées*, INAO – Éditions Louis Larmat, Paris.
- Cohen L. (2003), *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, Alfred A. Knopf, New York.
- Combris P., Lecocq S. et Visser M. (1997), Estimation of a hedonic price equation for bordeaux wine: does quality matter?, *Economic Journal*, n° 107, pp. 390-402.
- Dubois P., Rigaud J. et Dekimpe J. (1976), Identification de la diméthyl-4,5 tétrahydrofurane-2,3 dans le vin Jaune du Jura, *Lebensm. Wiss. U. Technol.*, n° 9, pp. 366-368.
- Ewing-Mulligan M. et McCarthy E. (1997), *Le vin pour les nuls*, Sybex, Paris.
- Gaultier I. (2002), *Quelles sont les grandes mutations qui ont marqué la vigne et les vins de France ces deux dernières décennies ? Quelles sont les perspectives pour les prochaines années ?*, VINITECH.
- Ginsburgh V. (1995), *Techniques de production, réputation et qualité des vins – Essais économétriques sur les vins rouges du Haut Médoc*, Le Crédit Communal, Bruxelles.
- Ginsburgh V., Monzak M. et Monzak A. (1994), *Red Wines of Medoc, What is Wine Tasting Worth*, Colloque organisé par « the Vineyard Data Quantitative Society », Reims.
- INAO (1985), *Une réussite française : l'appellation d'origine contrôlée vins et eaux-de-vie*, Euro-impressions, Paris.
- Johnson H. (1985), *Le vin mode d'emploi*, Flammarion, Paris.
- Leclerc T. (2000), *1 000 vins pour réussir votre cave : guide des vins*, Les éditions du Bottin Gourmand, Paris.
- Lecouty C. (1987), *Madame et les vins*, MA éditions, Paris.
- Lenoir J. (1998), *Le nez du vin*, 2^e édition, Éditions Jean Lenoir.
- Letablier M.-T. (1997), *L'art et la matière – Savoirs et ressources locales dans les productions spécifiques*, Centre d'études de l'emploi.
- Paumard B. et Millet J.-G. (2000), *Guide pratique de la dégustation du vin*, Eyrolles, Paris.
- Peñín J. (1998), *Guía Peñín de los vinos de España 1999 [1987-1988, 1993, 1994, 1995-1996, 1997, 1998, 1999]*, Pi & Erre ediciones, Madrid.
- Peynaud É. et Blouin J. (1996), *Le goût du vin, le grand livre de la dégustation*, 3^e édition, Dunod, Paris.
- Renvoisé G. (1996), *Le monde du vin : art ou bluff ?*, Éditions du Rouergue, Rodez.
- Renvoisé G. (2004), *Le monde du vin a-t-il perdu la raison ?*, Éditions du Rouergue, Rodez.
- Robinson J. (1995), *Tout apprendre sur le vin – Choisir, déguster, vins de France et du monde, millésimes, terroirs et cépages*, TF1 Éditions, Paris.

ACTEURS ET TENDANCES

Teil G. (2001), La production du jugement esthétique sur les vins par la critique vinicole, *Revue de Sociologie du Travail*, vol. 43, n° 1, pp. 67-89.

Teil G. (2004), *De la coupe aux lèvres – Pratiques de la perception et mise en marché de vins de qualité*, Octarès, Toulouse.

Valceschini E. et Casabianca N. (1996), *La qualité dans l'agroalimentaire – Émergence d'un champ de recherches*, rapport final de l'AIP Construction Sociale de la Qualité, INRA, Paris.

Vin (1999), dossier « La dégustation », hors série.