



**HAL**  
open science

## Buveurs de vins de qualité : une multiplicité d'accords articulés

Geneviève Teil

► **To cite this version:**

Geneviève Teil. Buveurs de vins de qualité : une multiplicité d'accords articulés. Sophie Dubuisson-Quellier; Jean-Philippe Neuville. Juger pour échanger, INRA Editions, MSH, pp.163-183, 2003, 9782738010940. hal-04169495

**HAL Id: hal-04169495**

**<https://hal.inrae.fr/hal-04169495v1>**

Submitted on 24 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.

# Buveurs de vins de qualité : une multiplicité d'accords articulés

Geneviève TEIL -- INRA SADAPT

Contribution à l'ouvrage collectif éditée par Sophie Dubuisson et Philippe Neuville "juger pour échanger" publié par INRA Editions, dans la collection MSH, 2003

## Introduction

Les « goûts », qu'ils soient ceux de la chose de goût ou du goûteur, sont généralement considérés comme des données intrinsèques, immédiates et "subies" à la fois par le produit (Donèche 1993) (Guimberteau 1999) et le buveur représenté par des déterminations physiologiques (Faurion 1992) (Giachetti 1992) (Moskowitz 1984) (Moskowitz and Krieger 1993) ou sociologiques (Baudrillard 1970), (Bourdieu 1979) ou encore anthropologiques et culturelles (Milner et Châtelain-Courtois 1989). La production de l'accord entre le produit et le consommateur est alors vue comme la rencontre heureuse entre le « bon produit » défini par ses caractéristiques intrinsèques de qualité et les préférences du consommateur résultat de la juxtaposition entre déterminations socioculturelles et cognitivo-physiologiques, telle une clef dans une serrure. Quel que soit le point de vue utilisé, de la sociologie à la physiologie des goûts en passant par l'analyse des composants du vin, la perception de la qualité et l'expression des préférences sont toujours considérées comme immédiates : la qualité du vin impressionne immédiatement le buveur et si elle ne fait pas, c'est alors la preuve qu'elle n'est « qu'une » donnée « sociale », « culturelle » dans laquelle le produit et ses caractéristiques intrinsèques ne jouent au final qu'un rôle mineur.

Or, ainsi que le suggère le cas des goûts musicaux (Hennion 2000) (Hennion and Maisonneuve 2000), mais aussi l'étude des amateurs de vins et des critiques vinicoles (Teil 1999), « percevoir » et « juger » des vins sont des opérations complexes mettant en jeu des techniques et des pratiques de la perception dépendant en particulier des propriétés dont les goûteurs souhaitent doter les jugements qu'ils font (Teil 2001). Si l'on suit ce point de vue, l'accord entre le produit et le consommateur ne saurait être une construction ou le simple résultat d'une procédure plus ou moins efficace de « préajustement ».

Cet article vise à montrer que l'accord – s'il est possible de maintenir ce terme – entre le produit et le consommateur doit plutôt se comprendre comme une procédure d'articulation prenant appui sur plusieurs termes, le consommateur, le produit, les jugements d'autres consommateurs, et utilisant de nombreuses techniques permettant d'ajuster ces termes entre eux. Notre démonstration repose sur trois exemples « d'accords » entre des buveurs et des vins dans lesquels les ensembles d'appuis ci-dessus sont mobilisés de manières opposées. La comparaison de ces trois exemples et cas de

procédures d'évaluation des vins souligne l'incommensurabilité des jugements individuels, mais aussi les façons dont ils s'articulent les uns aux autres et interagissent.

Les deux premiers cas décrits sont des consommateurs de vins avec lesquels nous avons eu des dégustations et entretiens suivis pendant plusieurs mois. Le troisième cas, la critique vinicole, qui recouvre une communauté de buveurs, est décrite au travers des méthodes et techniques qu'elle met en œuvre pour juger les vins. Dans ce dernier cas, nous avons ajouté à notre travail d'observation participante, ses propres productions : les revues, guides vinicoles et autres ouvrages sur la dégustation des vins<sup>1</sup>.

## 1. La discussion collective de « la qualité »

Émilio a 50 ans, et quelques 30 années de pratique de la consommation de vin derrière lui. C'est un buveur quotidien qui dit en riant devoir veiller à maîtriser sa consommation. Pour lui, le choix des vins est strictement encadré par des règles d'usage précises déterminées par la « culture » et que partagent les personnes qu'il fréquente habituellement. On peut boire du vin dehors, dans les bars ou les restaurants, ou chez soi. Le choix du verre est déterminant : il y a un verre adéquat pour chaque type de vin ou chaque circonstance. Selon lui, ce sont l'habitude, la pratique qui « ont forgé son goût à tel point que le vin serait sans doute mauvais dans un verre inadéquat ». Pour Émilio, l'ensemble des éléments qui font le plaisir de boire, le goût perçu... semble être le résultat d'un accord forgé par l'habitude et condensé dans un ensemble de « conventions » culturelles apprises, lié à des ensembles déterminés de personnes. De leur respect dépend fondamentalement le plaisir. Ainsi, pour lui, avoir des « goûts » particuliers, comme sa femme qui n'aime « que » le clarete ce qui trouble l'arrangement habituel encadrant la consommation, est un manque d'éducation, une limitation qui diminue l'adaptabilité de la personne aux diverses situations de la vie.

Pour lui, le prix du vin fixe sa limite d'achat ; comme c'est un buveur quotidien, il dit ne pas pouvoir trop dépenser par bouteille. Néanmoins, sa limite de prix, à la fois stricte et basse<sup>2</sup> délimitait, pour ses achats, un assortiment de 35 vins différents dans son supermarché favori que l'adéquation aux « conditions de consommation » ne permettait pas de réduire notablement. Nous lui avons donc demandé comment il choisissait les vins qu'il buvait. Car Émilio n'est pas un buveur « monomaniac » qui achèterait et boirait toujours le même vin. Au contraire, changer de vin est très important pour lui ; ainsi qu'il nous l'a dit :

---

<sup>1</sup> Ce travail est issu d'une étude plus générale (Teil 1999) du marché des vins de qualité au cours de laquelle, pendant plusieurs années nous avons observé le « marché du vin », de la production aux diverses formes de consommation en passant par la vente et le travail d'évaluation de la qualité des vins en particulier dans les guides et revues de la critique vinicole, dans une grande capitale régionale d'Espagne. Nous avons en particulier analysé la production et le rôle de la « qualité » dans ce marché. Une grande partie des études de terrain a donc été réalisée en Espagne dont le marché vinicole présente l'avantage de ne comporter « que » quelques milliers de marques de vins contre sans doute des centaines de milliers en France. Il est donc bien plus aisé de suivre l'évolution de la production vinicole en Espagne qu'en France. Hormis la question de la taille de l'offre, le marché espagnol ne semble pas présenter de caractéristiques qui le différencieraient radicalement du marché français dont il a repris en grande partie les modalités d'identification de la qualité. Ce terrain d'étude a donc constitué une situation privilégiée d'observation.

<sup>2</sup> Soit environ 12 FF en 1995.

“ Le consommateur aime changer et prendre des risques : il faut essayer ! “  
(Émilio, p. 37)

Son choix est basé sur une « enquête de fiabilité » au cours de laquelle il évalue la qualité qu’il peut attribuer au vin. Et cette enquête passe en revue de nombreux domaines, de l’économie à la tradition.

Pour Émilio, une entreprise qui produit des vins a un intérêt commercial évident à les vendre. Mais la poursuite de ce but économique de la part de l’entreprise, ne converge pas nécessairement avec l’intérêt de l’acheteur. Il doit donc essayer de déjouer les « stratégies cachées » de la firme productrice qui pourraient aller à l’encontre de son propre intérêt.

Pour lui, le prix n’est pas une indication fiable de qualité car la marque a bien sûr un « intérêt » trivial à vendre au prix le plus fort. Émilio utilise donc le prix uniquement comme moyen de contrôler ses dépenses. Un vin quotidien ne doit pas coûter plus de 12 FF, un vin pour un cadeau, 25 FF... Ensuite, il examine soigneusement la « réputation » du vin. Une marque établie peut « abuser » de sa réputation. C’est pourquoi, comme il le dit, « une marque connue ne peut que dégénérer, car les marques cherchent à maximiser leurs bénéfices en augmentant leur production par l’achat frauduleux de grandes quantités en dehors des zones d’appellation autorisées, ou encore en achetant légalement des raisins à d’autres producteurs de la même région ». Il peut donc y avoir une différence entre les qualités attendues et effectives des vins. L’indication « produit par nos propres vignes » que l’on peut voir sur certaines bouteilles est une « bonne information », mais à condition que le vin soit « réellement » produit en quantités limitées, c’est-à-dire que le vin soit épuisé longtemps avant l’arrivée du millésime suivant. De la même manière, l’indication du millésime est importante, car elle limite les quantités d’un vin de marque donnée. Toujours selon lui, toutes les firmes ne sont pas toujours aussi cupides ; cependant, face à une forte demande, elles sont poussées à répondre en augmentant les quantités produites et qui ne présentent donc pas nécessairement le même degré de qualité que laisse escompter la réputation.

Les techniques marketing utilisées pour augmenter les ventes engendrent elles aussi sa suspicion. Par exemple, si une marque a acquis un certain prestige grâce à un produit donné, l’utilisation d’un signe distinctif, forme de bouteille, étiquette... appartenant à ce produit et visant à lui associer divers autres produits de la même marque, peut être suspectée d’abus de réputation. Si une marque a établi sa réputation sur un vin rouge, placé dans une bouteille spéciale et qu’on la retrouve utilisée pour les autres vins de la marque bien moins connus, on peut penser, selon Émilio, que cette dernière cherche à faire déteindre un peu du prestige du vin connu sur les autres vins de la marque. Un jour que nous lui demandions s’il aimait une bouteille de style flacon d’Armagnac, il nous a répondu :

« Les bouteilles spéciales ? Pour n’importe quoi sauf pour du rouge. Si c’est un blanc ou du rosé, cela fait partie de la liberté... cela permet de donner un signe spécial à la marque pour distinguer la bouteille de loin. C’est une technique comme une autre pour attirer l’attention du consommateur. Mais pour les vins rouges, je n’aime pas cela [...] parce que les vins rouges, c’est sérieux. (Il rit) Dans ce cas, si je vois une bouteille qui sort de son style, automatiquement, je ne la regarde même pas. “

(Émilio, p. 40)

Les vins rouges sont une chose sérieuse parce que l’on doit en considérer la qualité avant de les acheter, ce qui n’est pas le cas du rosé ou du blanc qui sont des vins de seconde catégorie pour Émilio. Or, quand on se prétend un vin « sérieux », chercher à attirer

l'attention laisse entendre que la « qualité » du vin a du mal à « s'imposer d'elle-même » et nécessite donc quelques aides « purement commerciales » à cet effet.

Les AOC (Appellations d'Origine Contrôlées<sup>1</sup>) sont des signes assez « fiables » pour lui, quand elles viennent saluer une qualité établie de longue date. Elles le sont beaucoup moins quand elles sont « plus récentes », ou qu'elles englobent des territoires jugés « trop vastes » pour pouvoir contrôler « effectivement » la qualité de la production. Pour Émilio, chaque AOC repose sur une tradition de production qui, tout particulièrement dans le cas des Riojas, se traduit par une présentation particulière de la bouteille : un filet métallique doré autour de la bouteille. L'utilisation de signes de reconnaissance établis est le gage pour lui, d'une adhésion de l'entreprise qui commercialise le vin envers une tradition de qualité. De même, l'impression de médailles obtenues à des concours de vins même très anciens, bien qu'elles signalent une qualité passée, est le signe d'une dimension historique d'un vin dont la qualité a été établie depuis longtemps. Tous ces signes aux interprétations souvent contradictoires font donc l'objet d'une inspection méticuleuse.

Les connaissances qu'il utilise pour évaluer la fiabilité des prétentions de qualité de la bouteille proviennent de nombreuses sources : ses amis, des connaissances, la presse et particulièrement les journaux quotidiens... Elles sont l'objet de nombreuses discussions que ce soit dans les bars, à l'heure de l'apéritif, ou au cours des conversations diverses qu'il peut avoir avec ses amis « qui s'intéressent au vin ». Et Émilio sait tout à fait dire en qui il a ou non confiance, qui est compétent, qui s'y connaît, quelles sont les sources d'information qui peuvent ou doivent être considérées. Il élimine ainsi d'emblée les sources « expertes » comme « l'information technique » sur les fabrications, les types de raisins... que l'on peut lire notamment sur les contre-étiquettes, ou encore les commentaires des critiques vinicoles qui sont, pour lui, invérifiables :

*« -Tu regardes ce qu'il y a écrit sur les contre-étiquettes ?*

*- Ils te racontent des histoires. Ils y mettent ce qu'ils veulent. Si c'était une étiquette mise par un tiers, mais ce qu'ils disent eux... »*

(Émilio, p. 17)

Une information n'est recevable que si elle est vérifiée par une personne compétente et digne de foi, corroborée par d'autres sources ou encore résultat d'une épreuve commune. Ainsi, les médailles des concours, qui forment selon lui une sorte de comparaison démocratique, sont un signe fiable car elles ne recouvrent pas d'informations trop techniques et invérifiables.

Pour Émilio, la qualité n'est pas une donnée immédiate. Son choix est le résultat d'une analyse complète et détaillée de la confiance qu'il peut avoir, lui buveur, dans les différents signes de qualité que montrent les bouteilles. De ce point de vue, Émilio est un expert en jugement de qualité. Toutes les « informations » qu'il possède ont été réflexivement prises en considération, évaluées, testées, discutées... Elles ont été confrontées à ce que d'autres personnes jugées compétentes pouvaient penser, de manière à en évaluer la « crédibilité » et à construire un jugement « fiable » sur la qualité du produit.

Enfin, et seulement en l'absence d'autre source d'information, Émilio se fonde sur son propre goût :

---

<sup>1</sup> « Denominaciones de Origen » en Espagne gérées de manière similaires à la France par l'Institut national des Dénominations d'Origine.

“Il y a un nouveau vin dont on voit la publicité : le Marino [...] il n’a pas d’AOC. “ le vin de la Méditerranée”, ils disent. Qu’est-ce qu’on en sait ? Je l’ai essayé et bon... il n’est pas mauvais.”

(Émilio, p. 40)

Mais son « goût » ne semble guère le renseigner sur la qualité des vins. Émilio donc un consommateur extrêmement réflexif, ouvert à un nombre considérable de sources d’informations sur la qualité des vins, mais non à sa propre « perception ». Pour lui, chaque personne a « son propre goût » peu comparable avec celui de son voisin, et la confrontation des « goûts de chacun » ne dit pas grand-chose sur *la* qualité des vins. Qu’est-ce que deux opinions d’amis à un bar « il est bon ! » « moi, je le trouve buvable » peuvent dire de la qualité d’un vin ? Pour lui, rien. Non seulement, ils ne sont pas d’accord entre eux, mais il est difficile de savoir pourquoi ; et l’on ne peut s’assurer, en questionnant plus d’amis qui auront à leur tour d’autres opinions non convergentes que *la* qualité du vin en question est bien la cause de ces jugements si différents. Son « propre goût » n’échappe pas à la règle, indiscutable, il n’est pas « fiable ». « Le goût perçu » a donc une place modeste et limitée dans l’élaboration de son jugement sur la qualité des vins ; il ne s’appuie pas dessus pour décider si un vin est bon ou non, sauf en l’absence de tout autre information<sup>1</sup>.

Le jugement sur les vins que produit Émilio repose donc entièrement sur une discussion collective de « ce qui est bon ». Ses préférences gustatives ont été culturellement attachées à un ensemble de signes ou objets déterminées auxquels il convient de ne pas déroger et il ne lui reste qu’à déjouer les sources habituelles de fraude et d’abus économique par les entreprises grâce à une procédure collective de discussion de leur réputation.

### **L’articulation entre le jugement des autres et soi-même**

Au fil des entretiens et dégustations que nous pouvions avoir ensemble, nous avons noté que l’examen réflexif qu’il portait sur lui-même semblait peser de plus en plus sur ses pratiques ; plutôt que de tenter d’éliminer ce « biais » indésirable, nous l’avons pris en compte et observé la manière dont nous pouvions « influencer » ses achats. Nous lui donnions en effet régulièrement à déguster un vin nouveau pour lui, de l’appellation Toro. Tant qu’il a considéré que « nous n’y connaissions rien » en vins et que nous essayions simplement de nous informer auprès de lui, nous n’avons jamais réussi à changer ses habitudes d’achat. Bien qu’au cours de nos dégustations, il ait déclaré apprécier beaucoup le Toro, tout en sachant son bas prix, il ne l’achetait pas. Puis, quand il a commencé à nous voir comme une source fiable d’information<sup>2</sup> sur les vins, il a commencé à modifier son jugement : « grâce à nous, il savait maintenant qu’il existait un vin agréable parmi les Toro qu’il considérait auparavant comme des vins ayant un corps excessif ». Mais il persista sans l’acheter.

---

<sup>1</sup> Ces faits rejoignent les expériences réalisées en sciences cognitives qui montrent la prédominance de la confiance dans les signes de qualité sur la perception individuelle. L’étiquette par exemple détermine fortement le jugement sur la qualité du vin, même quand il y a un désaccord avec la perception (Morrot, 1999). Mais le but ici n’est pas de montrer “l’influence” de connaissances a priori sur la perception du goût. Nous pensons au contraire que le goût est une source d’information parmi d’autres, et de plus qu’elle est plus difficile à discuter, c’est peut-être pourquoi cette dimension peut tenir une moindre place dans la construction du jugement sur la qualité.

<sup>2</sup> Nous ne nous sommes jamais présentée comme un expert, bien au contraire. Ce sont essentiellement les très nombreuses questions que nous lui posions sur ses choix qui l’on amené petit à petit à changer, puis nos contacts qu’il a découverts lors de visites communes chez divers professionnels du vin.

Cependant, après 7 mois de discussions et dégustations conjointes, son évaluation de sa perception gustative changea. À la fin de nos rencontres, nous lui avons demandé s'il avait perçu un changement dans sa relation au vin. Il répondit :

« - Bien ! Des changements ? Ma consommation de vins n'a pas changé. Ce qui se passe, ce qui est vrai, c'est que j'ai amélioré ma sensation et j'ai découvert d'autres types de vins. Bien que je continue à avoir mes préférences absolument claires, j'ai découvert d'autres types de vins. Les dégustations m'ont aidé à réfléchir sur les sensations que tu as et ce que tu peux en penser. Pourquoi cela me plaît ou ne me plaît pas. Et essayer de décrire ce que tu sens, cela t'oblige un peu à systématiser les choses, à leur donner un ordre, non ? Que ce ne soit pas seulement une chose sensitive, mais une sensation qui peut s'intellectualiser. Et cela c'est très important. Tu apprécies plus les choses. Mais elles continuent à me plaire autant. Cela ne me plaît pas plus qu'avant. Cela me plaît pareil. Mais j'ai plus d'information, et en plus, c'est aussi vrai que mon éventail de vins s'est ouvert. Je sais qu'il y a beaucoup de vins, d'arrière-goûts qui donnent des sensations intéressantes par là. [ Il désigne sa gorge].

*(nous) - Tu viens de me dire que tu avais plus d'information, mais je ne t'ai jamais rien dit ?*

- Non, l'information, c'est moi qui l'ai acquise. Ce n'est pas une information technique. Mais de l'information dans le sens que j'ai essayé plus de vins différents, que j'ai appris à la savourer à... Dans la dégustation, il faut voir, sentir, déguster. Bon, tout cela c'est de l'information qui t'arrive. Pas technique, mais de l'information... Avant le vin c'était « plac ! » [il fait le geste de vider son verre d'un seul coup] : il est bon, bien. Maintenant, c'est : et pourquoi il est bon, et pourquoi est-ce qu'il me plaît ? j'ai appris à savoir quels sont mes goûts. Avant cela me plaisait sans plus. Maintenant, je sais quelles choses me plaisent, quelles choses ne me plaisent pas. »

(Émilio, p. 44)

À force de déguster avec nous et de faire, petit à petit, de plus en plus attention à ce qu'il buvait, Émilio a accordé dans son jugement sur les vins qu'il buvait une place de plus en plus grande à sa propre évaluation gustative. Des dégustations comparatives que nous avons pu faire ensemble lui ont montré qu'il avait « des préférences de goût » au sein d'un lot de vins semblables ; et il a commencé à rechercher des vins qui lui avaient plu en dégustation.

Les modifications qu'Émilio a notées sur lui-même sont peut-être le premier résultat d'un contact forcé par les entretiens que nous avons eu avec lui, les questions que nous l'avons obligé à se poser, sa procédure de dégustation que nous avons modifiée en changeant sa saisie du produit : en le faisant déguster des vins qu'il ne connaissait pas, en l'obligeant à se concentrer, à nous faire part de ses préférences, nous l'avons forcé à juger le « goût des vins », à répéter et comparer ses évaluations du goût. Ainsi sont apparues les nouvelles « prises » dont il parle : « des arrière-goûts intéressants », des différences entre les odeurs et les goûts des vins.... Cette nouvelle procédure de dégustation a donc introduit de nouveaux éléments dans sa procédure d'évaluation de la qualité qui n'a alors plus reposé exclusivement sur un jugement collectif ; il a dû tenter d'y articuler son propre « goût », ses « préférences ».

Le cas d'Émilio peut sembler extrême, il est pourtant fréquent. Dans le cas du vin, en effet, nombreux sont les "amateurs" qui veulent « apprendre le vin » et tentent d'associer dans leur jugement les avis portés par la critique vinicole dans les différents guides ou

articles de revues sur « la qualité des vins », et leur propre « goût ». Mais cette articulation entre « ce que le buveur sent » et « ce que les critiques sentent » est loin d'être immédiat et plus d'un de ces amateurs nous est apparu angoissé, doutant de ses « compétences », de son « goût », face aux avis des personnes qu'ils considéraient comme « autorisés ».

Le cas suivant montre un exemple en de nombreux points opposés à celui d'Émilio : Moncho veut que son plaisir soit le seul résultat du « goût du vin » ; toute information qui n'en proviendrait pas directement peut être biaisée et est donc *a priori* rejetée comme non fiable.

## 2. « Mon goût » comme seule « source d'information »

Moncho se décrit comme un grand amateur de vin dont la pratique remonte à une quinzaine d'années. Comme Émilio, il aime boire des choses nouvelles : il n'a pas de cave, « 6 bouteilles c'est le max ! ». Il soumet donc comme lui les nouveaux vins qu'il goûte à une procédure d'évaluation de la qualité.

La délimitation de l'information pertinente est sans doute, avec les conséquences qu'elle peut entraîner, ce qui le différencie le plus d'Émilio. Pour Moncho, le goût qu'il perçoit du vin est le seul critère permettant de juger si un vin est bon. Et il cherche à s'assurer que le plaisir qu'il ressent ou perçoit du vin est dû au goût du vin et à lui seul, qu'il n'a été « influencé » par aucune autre source d'information. Sa dégustation repose sur deux principes : la réduction des sources d'information au seul vin et à son seul « goût ». Toutes les autres informations n'étant pas du ressort de la relation directe de Moncho au vin, elles ne sont pas contrôlables et sont donc éliminées.

Moncho ne boit pas son vin comme Émilio : il le sent longuement, se concentre sur sa perception, sur différentes facettes qui composent le goût du vin, en particulier, l'odeur et le goût – proprement dit – mais aussi l'arrière-goût, son évolution dans le verre... ; il a longuement expérimenté et choisi les verres qu'il utilise, en forme de bicône ; il est attentif aux températures de service des vins ainsi qu'à leur « ouverture »<sup>1</sup> en carafe. Il pratique systématiquement la dégustation comparative à l'aveugle qui réduit la saisie du vin à sa seule perception sensorielle propre et lui permet de savoir, en se fondant sur le seul vin, quelles sont les marques qu'il préfère. Il cherche ainsi à écarter du vin à déguster tout ce qui appartient selon lui à la « pensée magique », c'est-à-dire un ensemble de facteurs qui « influencent » sa perception sans appartenir au vin lui-même. Il est ainsi amené à délimiter strictement « le vin » et les « sensations dont il est cause », de « ce que d'autres peuvent en dire ». Pour Moncho, tout signe de qualité « extérieur à sa propre perception » est un éventuel facteur « d'influence » de sa perception de la qualité du vin et en aucun cas un signe fiable de la qualité du produit.

« Jusqu'à peu près..., je dégustais régulièrement, tous les jours, j'avais des fichiers de dégustation. Et pour la plupart, je les ai balancés récemment, il y a un an à peu près, parce que je pense que c'était mal dégusté, avec la bouteille, en sachant ce que c'était, donc tout cela j'ai retiré. »

(Moncho, p. 5)

Pour lui, il ne peut y avoir « d'information » sur le vin, car elle est toujours susceptible d'être une « manipulation ». Les critiques vinicoles par exemple, qui prétendent juger LA qualité des vins, tout particulièrement ceux qui jugent en clair, à étiquette découverte, ne

<sup>1</sup> Il lui arrive de déboucher et de carafier des vins qu'il laisse ensuite évoluer dans la pièce pendant plusieurs jours pendant lesquels il surveille le moment où ils « s'ouvrent » c'est-à-dire où « leur intensité aromatique se met à croître ».



sont « que des journalistes » qui se laissent « influencer » par les producteurs, ou par des « thèmes à la mode » comme le « terroir » ou encore la recherche de vins « artisanaux ». Quant à ceux qui dégustent en aveugle, s'ils ne sont pas « influencés », leurs jugements ne reflètent que leurs propres « goûts » et sont donc inutilisables pour lui. En effet, Moncho donne des cours de dégustation pendant lesquels il apprend à ses élèves à produire des jugements sur le vin en s'aidant, comme lui, de leur seule perception gustative. Or, bien que réduisant l'information à traiter à la seule source fiable, ses élèves ne montrent pas tous les mêmes préférences. Ce phénomène est dû, selon lui, à ce que chacun, pour des raisons physiologiques, ou d'habitude culturelle, a des « goûts » propres et que chacun doit arriver à ajuster aux « goûts des vins » à l'aide de la dégustation en aveugle.

« Un vin que j'aime, un vin que j'aime, c'est un vin qui va correspondre à des choses que moi j'aime ; Je ne suis pas du tout certain que le voisin va l'aimer. [...] Un bon vin cela n'existe pas. Il n'y a que des vins que tu aimes ou pas. Cela n'existe pas dans l'absolu. »

(Moncho p. 5 & 17)

Grâce à sa procédure de discussion collective des informations, Émilio disposait de signes de qualité visibles et pratiques pour guider des achats dont il ne nous a jamais semblé mécontent. Pour Moncho, il est devenu impossible de savoir a priori si un vin va lui plaire tant qu'il ne l'a pas dégusté à l'aveugle.

« - *Comment fais-tu pour trouver de bons vins ?*

- Il y a des vigneron que j'aime bien, cela ne m'empêche pas d'être déçu parfois, mais peu. C'est une aide tout de même. [...] Des vigneron qui travaillent en force, X, Y, Z. Si je n'ai pas accès à mon sensoriel, c'est vers cela que je me dirige.»

(Moncho p. 17)

Et contrairement à Émilio, il lui arrive très souvent d'être déçu. L'on pourrait croire qu'il est devenu plus exigeant, que les produits à même de lui plaire sont plus rares. Au contraire, il dispose d'un grand nombre de « ressources » pour rendre un vin bon. Alors qu'Émilio subissait des conventions culturelles qui lui semblaient s'imposer, Moncho en a fait des « facteurs d'influence » dont il use pour agir sur l'accord gustatif entre des vins et des buveurs :

« Il m'est arrivé de servir des vins que je n'aimais pas mais qui avaient des noms sympas, du style des Bourgogne qui avaient des noms de villages Pommard... que je trouvais moyens et qui passaient très très bien et que moi-même j'ai fini par apprécier parce que j'ai su les présenter. Et cela je pense que n'importe qui peut tomber dans ce panneau-là. »

(Moncho p. 17-18)

Les « circonstances de dégustation », le « service du vin » et même la « pensée magique » constituent pour lui un ensemble de techniques pour rendre un vin bon.

Si Moncho est régulièrement déçu par les vins qu'il goûte, cela ne le détourne nullement de l'amour du vin. Son plaisir semble s'être déplacé du plaisir de boire quelque chose à son goût à celui de rechercher et se demander si un vin est à son goût, un peu comme le joueur qui n'apprécie pas tant de gagner que le suspense de ne pas savoir s'il va gagner ou non. Ainsi il reste curieux et toujours prêt à tout goûter. Et ses expériences malheureuses n'entament pas son désir pour le vin ; elles font au contraire partie intégrante de sa passion.

Enfin, la connaissance qu'il produit de son « goût » grâce à la dégustation ne l'a pas doté de préférences figées, et facilement identifiables, bien au contraire. Ses goûts changent : ce qu'il aimait hier l'a lassé ; tous les critères qui pourraient circonscrire ses préférences sitôt affermis sont objectivés, testés, voire remis en cause par de nouvelles dégustations.

« J'ai eu une folie pour les Bourgogne qui a duré très longtemps quasiment 10 ans. Et là j'ai dégusté énormément de bourgognes. Je dégustais tous les jours 2/3 bouteilles de Bourgogne, cela a duré pendant très longtemps. J'ai redécouvert autre chose. C'était... j'ai complètement arrêté de déguster des bordeaux, un rejet complet des bordeaux. Je suis allé au Bourgogne. Maintenant, j'ai arrêté les Bourgogne, pour le Languedoc, et Rhône. C'est vrai que cela marche vraiment par étape. »

(Moncho, p. 3)

Les « goûts » et « préférences » pour connus et objectivables qu'ils soient par le buveur sont toujours le résultat de la procédure qui les produit. Émilio était sensible aux variations d'information et résistant à celles du goût sensoriel ; Moncho est sensible aux variations sensorielles, mais, par effet de sa procédure de dégustation, résistant à celles de l'information qui accompagne les vins.

Enfin, l'accord avec les vins produit par Émilio d'un côté, par Moncho de l'autre, semblent en de nombreux points opposés. Moncho a adopté une procédure d'évaluation de la qualité qui ne repose que sur lui-même, à l'exclusion de tout jugement de tiers. Ses préférences sont variables dans le temps au contraire d'Émilio qui semblait avoir des préférences solidement ancrées dans la « convention culturelle » qu'il partageait avec ses « amis qui s'y connaissaient ». La consommation d'Émilio reposait sur un ensemble d'une dizaine de références de vins qu'il considérait plus ou moins équivalentes, pour Moncho, tous les vins sont différents et à chaque fois plus ou moins bien adaptés à chacun des usages que l'on veut en faire. Si aucun des deux n'est attaché définitivement à une ou deux marques précises, la variété de leurs consommations n'a, dans les deux cas, pas la même signification. Un producteur peut sans doute assez facilement ajuster sa production à la procédure d'Émilio, en s'appuyant sur les signes de qualité qu'il a l'habitude d'utiliser, ainsi que sur les usages objectivés qu'il fait du vin ; dans le cas de Moncho, on ne peut guère imaginer de procédure de « préconstruction » d'un accord avec ce buveur sauf à lui faire parvenir des échantillons afin qu'il les goûte. Et dans tous les cas, il n'en achètera que quelques bouteilles... ! En revanche, Moncho était un prescripteur « de bons vins » très écouté de ses amis qui suivaient ses recommandations, la plupart du temps, les « yeux fermés ».

Renvoyer la différence entre Émilio et Moncho à une simple différenciation entre néophyte et expert conduirait à revenir aux deux points de vue que nous souhaitons abandonner, celui d'une différence intrinsèque entre les vins de qualité et les autres qui ne s'imposerait qu'à des buveurs formés, « experts » ou à l'inverse d'une différenciation « sociale » uniquement fondée sur des signes indépendamment de toute « perception ». Au contraire, nous pensons avoir montré qu'Émilio comme Moncho sont deux experts, mais les « informations » qu'ils considèrent comme pertinentes ne sont, dans chacun des cas, pas les mêmes. En particulier, ils s'opposent quant à la possibilité de s'appuyer sur les jugements des autres ou le sien propre, au moment de choisir un vin pour sa consommation personnelle.

### 3. La critique vinicole, un jugement sur « la qualité »<sup>1</sup>

Le cas de la critique vinicole semble se situer à mi-chemin entre Émilio et Moncho : sa procédure collective de dégustation consiste en particulier à articuler le goût de chacun des critiques à celui des autres ; ensuite, les énoncés produits doivent devenir « efficaces », c'est-à-dire s'articuler aux procédures de jugements des lecteurs.

Le jugement que les critiques vinicoles professionnels portent sur un vin n'est, lui non plus, pas immédiat. L'analyse des guides vinicoles montre qu'il leur faut choisir et utiliser une méthode, c'est-à-dire déterminer à la fois ce qu'ils veulent qualifier, et la manière dont il convient d'appréhender le produit à qualifier. Le choix de la « meilleure » méthode est très controversé et implique une délimitation de ce qui fait que les vins sont bons, les éléments du jugement à privilégier, une méthode de perception, une technique d'appréhension du produit à juger.

Contrairement à Émilio, les critiques sont des juges : ils ne peuvent être seulement des experts des jugements des autres, ils doivent s'appuyer sur leur propre saisie du produit. À la différence de Moncho, les critiques publient leurs jugements, il doivent donc éventuellement pouvoir être compris par ses lecteurs ; ensuite, ils sont jugés en retour par leurs pairs sur la pertinence des jugements qu'ils portent, ils doivent donc aussi être compréhensibles par les autres critiques ou professionnels dont dépendent leurs réputations.

#### ***Produire un jugement sur la qualité des vins***

La production d'un jugement général sur les vins conduit l'ensemble des critiques à délimiter précisément le produit à déguster, la figure du dégustateur et le contexte adéquat de dégustation, ainsi que les relations entre chacun des trois pôles de ce triangle. Le concours vinicole, par exemple, normalise fortement le contexte de dégustation, réduit le vin à un liquide inconnu perçu au travers de son aspect, de son « nez » et de sa « bouche », et représente le dégustateur par un jury de membres entraînés, aux goûts divers et qui notent des vins au moyen d'une grille de critères précis auxquels s'ajoute une évaluation globale.

La situation assez caricaturale du concours est largement contestée pour la réduction drastique qu'elle impose au vin : le contexte de dégustation choisi est éloigné de toute situation de consommation, mais sa normalisation assure la comparabilité des énoncés<sup>2</sup> qu'il peut produire sur les vins, quels que soient les vins et lieux de concours. L'utilisation des trois catégories d'aspect, nez et bouche réduit et délimite également la saisie du produit par les dégustateurs, mais elle permet de comparer les notes des différents dégustateurs. À l'opposé, l'utilisation d'une note globale plutôt que des critères évite la réduction de la perception par le langage, mais en limite la comparabilité, car il est difficile d'assurer que les notes « mesurent » alors toutes la « même chose ». Enfin l'utilisation de dégustateurs hétérogènes dans leurs goûts permet une image plus « complète » du vin et de la variété des « goûts » qu'il peut produire, mais elle limite le sens à attribuer au calcul de la moyenne des notes.

<sup>1</sup> Pour un exposé détaillé des procédures de dégustation utilisées par la critique et que nous ne faisons ici que résumer brièvement voir (Teil 2001)

<sup>2</sup> Nous employons volontairement le terme très vague « d'énoncé » pour éviter d'introduire a priori une dimension de jugement qui n'est que le résultat d'un ajustement précis de la distance entre l'objet dégusté et le dégustateur. Ainsi nous ne préjugeons pas de ce que l'énoncé soit tantôt une description ou tantôt un jugement.

Toutes les procédures de dégustation utilisées par la critique composent ainsi chacune d'une manière différente entre une *réduction* permettant la comparabilité des produits, des dégustateurs ou des contextes, et au contraire la *description extensive* qui déploie les manifestations du vin. Ainsi la dégustation en clair par un dégustateur singulier réduit l'énoncé à une analyse de conformité du goût du produit à ses prétentions de style, vues par un unique dégustateur ; mais elle permet d'accumuler les situations de dégustations différentes et de déployer les caractéristiques du vin par le travail de mise en relation de toutes les informations possédées sur le produit et le goût ressenti par le dégustateur.

Ces différentes techniques de dégustation proposent des ajustements différents de la « distance » entre le dégustateur et la chose dégustée. La réduction du vin à un liquide anonyme autorise une comparaison de large envergure, mais ne permet pas l'expression des intentions esthétiques du vin et réduit l'énoncé sur le produit à un jugement traduisant les seuls goûts du dégustateur. Réciproquement, le déploiement le plus complet du produit rend le vin unique, incomparable, et réduit l'énoncé à une évaluation de la conformité à une sorte « d'intention esthétique » portée par le seul produit. Le « jugement » d'un dégustateur à propos d'un vin est donc le résultat d'un ajustement particulier qui organise la place de chacun des deux termes : dégustateur et vin.

La critique vinicole ne privilégie aucune méthode particulière de dégustation, sinon la seule articulation possible entre une variété de procédures visant à garantir « l'exhaustivité » du travail collectif de « dégustation » réalisé en son sein.

## Une communauté critique

Pas plus au sein de la critique qu'entre les buveurs, la variété des procédures de dégustation utilisées ne permet pas une convergence des jugements et des notes attribuées par chacun des critiques.

Nous avons tenté de corrélérer les notes données aux mêmes vins (marques, type et millésimes) par 3 guides différents. Les guides espagnols sont beaucoup plus exhaustifs que les guides français à cause notamment du nombre de marques existant sur le marché, il a donc été possible de trouver un nombre assez important de vins du même millésime qui avaient été dégustés dans une même période par : le *Guide Peñín* (édition 1994 à 1996), le *Guide Gourmet* (1994 et 1995) et la *Guía de Oro* (1995). Le nombre de vins dégustés en commun peut sembler malgré tout relativement faible, mais il est impossible de trop élargir le nombre d'éditions du guide pour y rechercher des vins en commun car l'on risque de comparer des dégustations ayant eu lieu à plusieurs années d'écart et donc où le vin risquerait d'avoir fortement évolué entre l'une et l'autre dégustation. Nous nous sommes donc essentiellement basée sur les éditions 1995 des guides comparés et avons ajouté quelques vins issus des éditions antérieures ou postérieures pour élargir l'échantillon.

Une simple corrélation linéaire montre les coefficients de corrélation  $r^2$  suivants :

$r^2$	Guía Peñín	Guía Gourmet
Guía de Oro	0,09 (236)	0,2 (48)
Guía Peñín		0,2 (175)

Entre parenthèses le nombre de vins communs aux deux guides sur lesquels s'appuie la corrélation.

Ce résultat vient corroborer celui Ginsburgh qui a également comparé les notes attribuées à des crus classés du Bordelais par deux experts internationalement réputés, Broadbent et Parker. « Si les deux experts s'accordent raisonnablement bien sûr le classement des millésimes (le coefficient de corrélation des rangs de Spearman vaut 0,86), il est par

contre négatif (et vaut -0,22) lorsque l'on compare les 14 crus retenus dans l'étude " (Ginsburgh, 1995) p. 233.

Les guides ne semblent donc pas distinguer identiquement les bons et les mauvais vins, ni par les commentaires qui peuvent en être faits, ni par les notes synthétiques qui leur sont attribuées. Cependant, ce désaccord n'est sans doute pas le signe, ainsi que le suggère Ginsburgh (Ginsburgh, 1995, 1996), de l'incompétence des critiques à juger la qualité des vins et dont on trouverait la confirmation dans l'incompréhension des commentaires de dégustation par les lecteurs des guides ou revues ; cette absence de corrélation semble au contraire la conséquence de l'irréductibilité du jugement esthétique à une norme, une méthode, un standard. La critique vinicole semble, à l'inverse, recouvrir une organisation complexe, très ouverte dans les manières de juger la qualité, visant à épuiser les jugements que suscitent un vin et à en éprouver la robustesse.

La multiplicité des méthodes qui sont utilisées pour évaluer les vins montrent que l'opération de jugement ne coule pas de source : il ne suffit pas d'être expert et de goûter pour savoir si un vin est bon. Il faut aussi définir ce qui doit être jugé du produit et définir du même coup la méthode adéquate pour l'apprécier, tout en surmontant les inconvénients que comporte chaque méthode. Dans tous les cas, bien juger revient à ajuster à la fois la compétence et l'indépendance entre le juge et la chose jugée, c'est-à-dire ajuster une proximité nécessaire pour définir ce qui doit être jugé, et une distance qui garantit « l'impartialité » du jugement. Mais le nombre de méthodes utilisées montre également qu'un seul juge ou un seul point de vue ne suffit pas à faire le tour de *la* qualité d'un produit qui peut cependant être réalisé par *l'ensemble* de la communauté des critiques : à la fois par la multiplicité de ses jugements, et par ses évaluations de la qualité des jugements sur les vins émis par ses membres.

La généralité des jugements que produit la critique prend alors deux dimensions. D'une part, la communauté de la critique est capable de juger *tous* les vins, quels que soient leurs styles et leurs prétentions. Et la « réduction » du vin à déguster permettant la comparaison des jugements, assure la comparabilité de tous les vins. D'autre part, elle produit une description visant à une exploration exhaustive de chaque produit. Et la qualité jugée par la critique qui articule le plus grand nombre de procédures de dégustation individuelles des vins subsume les goûts des professionnels de la dégustation.

Le « grand vin », dans ce cas, pourrait être celui qui *résiste* à la diversité des juges et des points de vue sur *la* qualité, que ce soit parce qu'il impressionne quelle que soit la méthode de jugement, et/ou parce qu'il convainc et oblige à un réajustement des critères employés dans le jugement. Les dégustations de chacun des buveurs qui ne partagent aucune mesure commune de la perception ne produisent qu'une pléthore d'énoncés hétérogènes et ne pourraient en particulier produire d'information susceptible de participer à la construction d'une « réputation ». Ce sont au contraire les jugements comparables et localement agrégeables autour des vins que produit la critique qui peuvent se condenser en une réputation attachée au produit.

La critique montre comme pour les deux cas précédents de buveurs, des usages variés et controversés de la « dégustation », mais articulés autour des réductions opérées par le langage et la normalisation ou la standardisation de certaines procédures. Par l'emploi coordonné de nombreuses méthodes de dégustation<sup>1</sup>, la critique vinicole, communauté de dégustateurs, parvient donc à s'affranchir de la contingence de chacune des procédures de dégustation et produire un jugement sur LA qualité.

---

<sup>1</sup> L'ensemble des procédures de dégustation considérées comme pertinentes par la critique, de même que l'ensemble des dégustateurs appartenant à la critique reste délimité par les possibilités d'articulation des jugements de goût produits.

## 4. Des accords locaux et articulés

Dans chacun des cas étudiés ci-dessus, si différents soient-ils, la production du jugement par les « dégustateurs de vin » s'appuie sur toujours sur trois éléments : « soi-même » et l'engagement de « sa perception » dans le vin, « le produit » et « les jugements des autres ». Si Émilio et Moncho disqualifient tantôt « les autres », tantôt « eux-mêmes » dans la production de leur jugement, c'est bien en instaurant une procédure de rejet actif d'un élément considéré comme un intrus. Ainsi si Émilio restreint les énoncés qu'il prend en considération pour juger la qualité des vins à des jugements verbalisés, c'est qu'il pense que le jugement de qualité ne peut être que collectif et donc qu'il exclut une perception individuelle jugée toujours idiosyncrasique. Quand Moncho au contraire centre le jugement sur la « perception » sensorielle, c'est qu'il pense au contraire que les autres ne sont jamais soi-même et donc toujours en décalage avec ce que lui peut penser de la qualité. Entre ces deux figures, la critique apparaît devoir jouer un rôle particulier : celui de s'insérer dans la relation entre le buveur et le vin, de rejeter les autres sources de jugements sur lesquelles le buveur peut s'appuyer, enfin éventuellement se substituer au buveur dans la production des jugements afin de rendre sa prescription « buvez les vins de qualité que je vous indique » aussi efficace que possible.

Cependant, la particularité des techniques de dégustation utilisées par la critique rend ses jugements étrangers en particulier à ses lecteurs à qui elle destine ses publications, ce qui semblerait plutôt maintenir un cloisonnement fort entre les différentes procédures de dégustation. De plus, si l'on peut éventuellement suggérer que la variété et la complétude des épreuves que la critique fait subir aux vins peut parvenir à inclure la perception des buveurs, l'information produite par la critique n'est jamais accessible de manière globale, mais seulement au travers des publications de chacun de ses membres dont nous avons montré qu'ils étaient dans leurs produits finaux, très controversés. Comment cette information parvient-elle donc à circuler et à se lier aux différentes procédures de dégustations des buveurs ?

L'un des moyens déployés par certains critiques consiste à tenter de se substituer au buveur dans la production des jugements : en montrant leur compétence supérieure de dégustateurs, ils espèrent que le buveur va, comme Émilio, rejeter sa propre perception et leur déléguer la production des jugements. La question de « l'autorité » de ces critiques, de la preuve de leur compétence à percevoir adéquatement est alors un chapitre obligé de leurs publications, en particulier des guides. Le critique y est décrit comme un « expert » à la compétence « reconnue » tant par sa communauté de pairs que par les producteurs qui recherchent son jugement ; mais néanmoins « indépendant ». Ainsi, si les qualifications des produits qui apparaissent dans les énoncés des critiques ne s'imposent pas immédiatement à la « perception » du lecteur, c'est que le lecteur n'est pas « expert » ; dès lors son « goût » « néophyte » pour le vin, biaisé par un grand nombre de sources d'erreurs allant de « l'absence de sensibilité » à de « mauvais goûts conditionné par des habitudes alimentaires » ne saurait juger *la* qualité. Il est donc convié à suspendre son jugement pour s'en remettre à celui produit par les critiques.

L'autre moyen utilisé par la critique consiste non plus à tenter de prendre la place du buveur, mais à lui donner les techniques nécessaires à la production des « jugements adéquats sur les vins de qualité ». Ces techniques consistent dans l'identification de nombreux « facteurs » d'influence sur le vin allant depuis la mise en bonne disposition du buveur, et l'utilisation d'un protocole précis de dégustation jusqu'au « service » adéquat du vin. Grâce à cet équipement de la relation entre le vin et le buveur, l'usage du vin, le « goût » est modifié, déplacé, mis en mouvement. Les ouvrages veillent ensuite à

guider cette mise en mouvement du goût pour qu'elle aligne progressivement « le goût » du buveur » sur les prescriptions des critiques.

Dans les deux cas, la substitution au buveur ou l'équipement de sa « perception », l'introduction de la critique dans la relation entre le vin et le buveur tend à occuper l'ensemble de la place « des jugements » des autres au sein de la relation entre le vin et le buveur, en rejetant comme inexpertes les autres sources d'énoncés éventuellement utilisées par le buveur. De plus, en équipant la relation entre le vin et le buveur, et en guidant sa mise en mouvement, les critiques donnent autant de « ressources » à leur lecteur buveur pour articuler leur « perception » à celle des critiques, tout en laissant à l'entière charge du buveur celle du maintien de son articulation avec ses autres sources « d'information ».

Enfin, bien que dénoncée, discutée, controversée, la critique joue donc un rôle considérable dans la construction des accords entre les produits et les consommateurs. Mais l'accord qu'elle produit ne « diffuse » pas par « perception partagée » à ses lecteurs ou à l'ensemble des buveurs, non plus que par l'apprentissage des « bonnes » manières de déguster qui seules permettraient de savoir « ce qu'est la qualité ». Il passe essentiellement par la mise en relation et l'ajustement entre les jugements que peuvent produire un dégustateur et d'autres dégustateurs. Cet ajustement est rendu mobile d'une part par la confrontation au « goût des autres » qui produit, selon les cas, une hétérogénéité ou une différence de goûts, et un équipement, la production de techniques ou ressources, qui permettent au buveur de modifier son ajustement aux vins.

## Conclusion

En conclusion, face à l'hétérogénéité des relations individuelles consommateur-produit, comment comprendre que des actions, stratégies, prescriptions, organisation... puissent avoir une quelconque efficacité sur les marchés ?

Les relations qui se nouent entre les buveurs et le vin ne constituent pas un ensemble de « face à face » : les relations entre les buveurs et les vins ont apparues s'appuyer également sur « les jugements » des autres ainsi que sur un ensemble de techniques ou de « ressources » permettant une « mise en mouvement » de la relation buveur-vin. Ensuite, les cas très différents que nous avons étudiés ont montré que l'hétérogénéité des relations individuelles pouvait être en partie réduite par la verbalisation que nécessite la production d'un jugement. Cette verbalisation permet en effet de montrer des différences ou des similitudes puis d'en rechercher réflexivement des causes et des moyens pour les diminuer ou les maximiser. Une première source de diminution de l'hétérogénéité est apparue avec Émilio qui appuyait exclusivement sa relation au vin sur une procédure collective d'évaluation de jugements produits par d'autres, écartant sa propre perception de la production du jugement. C'est ainsi lui-même en tant que buveur qui s'articulait très fortement à d'autres buveurs. Mais même dans le cas de Moncho qui semblait renforcer au contraire le caractère individuel et idiosyncrasique de la perception, est apparue une seconde réduction de l'hétérogénéité. Moncho grâce à son fort équipement de sa relation entendait faire du vin la « cause » de son jugement. Or cet équipement faisait de lui un buveur qui n'avait aucune difficulté à s'articuler sur les critiques dont il discutait fortement la qualité des techniques de dégustation, mais pouvait aussi reconnaître de temps à autre la qualité des jugements, sans toutefois y appuyer sa relation au vin. Enfin, la critique est apparue comme un collectif n'ayant de cesse de mettre en relation tous les jugements, que ce soient ceux produits à l'intérieur de son collectif ou avec ses lecteurs, en tentant de donner dans ce dernier cas un poids tout particulier aux « jugements des autres ». Les relations entre les buveurs sont donc loin d'être isolées, ce qui empêcherait la formation de consensus ou d'accords au moins locaux sur les qualités des vins et leurs réputations.

Dans tous les cas, ces relations ou perception ne sont pas apparues comme le reflet de « données » figées ou « facteurs » « préinscrits » dans les produits et les consommateurs que les actions des acteurs mettraient plus ou moins bien à jour ; leur « perception » est au contraire ressortie comme étant le résultat variable de leurs modalités de mise en relation avec le vin. En effet, chez de nombreux amateurs, l'accent mis sur la recherche de l'ajustement le plus fin entre le buveur et « ce qu'il aime » conduit même souvent à un renouvellement constant des « goûts », préférences et « qualités » perçues des produits. L'accord qui peut se former entre un produit et un consommateur n'est donc pas un résultat, mais une procédure dynamique, évolutive.

C'est donc l'engagement de chacun des buveurs dans des mises en relations complexes fortement articulées sur les « jugements des autres » qui permet de penser l'efficacité de la production d'un accord entre les buveurs et les vins. Et la production de cet accord ne relève pas, ainsi que les techniques de marketing pourraient le suggérer, d'une « observation objective, extérieure » d'un ensemble de « besoins », « désirs », « critères



de satisfaction » intrinsèques des buveurs, ainsi que d'un ensemble de « critères » et « facteurs de qualité » de l'autre qu'il suffirait ensuite de « préajuster », voire de maintenir ajustés, pour s'assurer des ventes de son produit. Il s'agit au contraire, pour les producteurs, d'articuler les relations des buveurs à son produit, en particulier au travers des « jugements des autres ». L'instabilité de la mise en relation n'est pas le fait d'une volatilité intrinsèque des « désirs » consommateurs ou d'une surcharge de l'offre de produits que l'observateur voit comme « identiques » ; elle n'est pas non plus le fait de l'imparfaite révélation de ses besoins du consommateur à lui-même. Elle est seulement la conséquence de la mobilisation des techniques de production de l'ajustement toujours recommencé entre le buveur et le vin qu'il aime.

Cette diversité des relations entre les buveurs et les vins qu'ils aiment suggèrent donc un éclatement de la production de « l'accord » : il ne s'agit jamais d'*un* accord, mais d'une pluralité d'accords eux-mêmes mis en relation, entre des buveurs et des vins qui dépendent, pour chaque buveur, de l'articulation entre « lui-même », « les autres » et le « produit », ainsi que des « ressources » ou techniques dont il se dote pour s'ajuster adéquatement aux produits qu'il aime ou veut consommer.

# Bibliographie

- Baudrillard, J. 1970. *La société de consommation*. Paris: Denoël.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction - Critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de Minuit.
- Donèche, Bernard, ed. 1993. *Les acquisitions récentes en chromatographie du vin -- applications à l'analyse sensorielle des vins, Tec & Doc*. Paris: Lavoisier.
- Faurion, Annick. 1992. La physiologie de la perception du goût sucré et la relation entre les structures moléculaires et le goût. In *Le sucre, les sucres, les édulcorants et les glucides de charge dans les IAA*. Paris: Lavoisier.
- Giachetti, Ismène, ed. 1992. *Plaisir et préférences alimentaires*. Paris: Polytechnica.
- Guimberteau, Guy. 1999. Sur quelques défauts organoleptiques. *Journal International de la Vigne et du Vin* (Hors série La dégustation):147-149.
- Hennion, A. 2000. Les amateurs de musique. Sociologie d'une pratique et d'un goût. *Sociologie de l'Art* (12).
- Hennion, A., and S. Maisonneuve. 2000. *Figures de l'amateur ; formes, objets et pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui, Rapport au Ministère de la Culture - DEP*. Paris: Documentation Française.
- Milner, Max, and Martine Châtelain-Courtois, eds. 1989. *L'imaginaire du vin*. Marseille: Editions Jeanne Laffitte.
- Moskowitz, H. R. 1984. Relative importance of sensory factors to acceptance : theoretical and empirical analyses. *Journal of Food Quality* 7:75-90.
- Moskowitz, H. R., and B. Krieger. 1993. What sensory characteristics drive product quality. *JSS* 8 (Décembre 1993, N°4):271-282.
- Teil, G. 1999. *Pratiques de la perception – Comment un vin est-il bon ?*. Rapport de mission INRA.
- . 2001. La production du jugement esthétique sur les vins par la critique vinicole. *Revue de Sociologie du Travail* 43 (N° 1):67-89.