



**HAL**  
open science

## Les noms des vins, un commun immatériel à protéger ?

Geneviève Teil

► **To cite this version:**

Geneviève Teil. Les noms des vins, un commun immatériel à protéger ?. JSR'23: Journées Scientifiques de Rochebrune 2023, Mar 2023, Rochebrune, France. hal-04182218

**HAL Id: hal-04182218**

**<https://hal.inrae.fr/hal-04182218>**

Submitted on 17 Aug 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.

# Le **nom** des vins, un **commun** immatériel à protéger ?

Rochebrune 2023

# Les noms des vins menacés

- **Plaintes envers l'usage « laxiste » des noms de vins**

« Fraudeurs » qui usurpent et dévoient donc le nom des vins (critique sur la 'nature' des biens)

- Des metteurs en marché qui utilisent un nom sans respecter sa signification
- Des consommateurs ignorants incapables de reconnaître le bon du mauvais

⇒ Menace « d'usure » du nom

# Une menace de faillite du 'marché'

- Un problème repéré par l'économie = la concurrence déloyale
  - ⇒ La menace sur le marché est liée à un pb de connaissance du consommateur
    - ⇒ Asymétrie d'information producteur/consommateur = Inégale information sur ce que sont les choses
    - ⇒ Typologie de biens de recherche, d'expérience, d'information, de confiance...
      - Qui catégorisent les moyens ou difficultés qui empêchent le consommateur d'avoir une connaissance parfaite du bien
  - **Solution: étiquetage et information obligatoire sur les produits**
    - **Problème: Qu'est-ce qui fait partie de la « nature » du produit?**
      - ⇒ étiquetage OGM obligatoire ou facultatif ou interdit?
- Une vision économique positiviste
  - La qualité préexiste et permet un classement 'vrai' des biens et de leurs qualités
  - Les noms désignent parfaitement les catégories et qualités
  - Les acteurs économiques font un usage parfait des noms
  - => **peu efficace: conflits, persistance de la menace**

# Une ressource cruciale, le nom des biens marchands

- **Les noms des biens : essentiels à la vie économique**
  - ≠ le reflet de propriétés essentielles ou naturelles
  - ≠ constructions sociales humaines
  - ⇒ coproductions (tous les acteurs économiques ET les produits eux-mêmes) toujours provisoires
  - Désignent des catégories de biens similaires
  - Ils structurent le marché
- 'Fraudes' ou 'usurpations' diverses
  - Pb d'hétérogénéité des biens => perte de signification des noms => menace d'effondrement du marché
  - ⇒ Des usages non durables des noms ?
- Des 'communs' essentiels à surveiller pour prévenir la faillite d'un système complexe, le marché
  - Semblable aux stocks de poissons « usés » par des pratiques de pêche mauvaises ou illégales ?

# Structurer et stabiliser l'offre

- **Une production agricole très imprévisible** : hétérogène en qualité, variable en quantité
- **Le travail de lissage des qualités par les négociants**:
  - Ecartement et valorisation des mauvais vins comme « vins artificiels », vins sucrés aromatisés...
  - **l'amélioration des moins bons vins** : on traite et masque les défauts
    - Le coupage
    - Le vinage, sucrage, aromatisation, coloration, tanisage...
  - **Le lissage des qualités des vins d'origine** pour maintenir la hiérarchie
    - « un très bon Brouilly comme Moulin à vent », le *Tableau des équivalences* des appellations
    - Association du nom d'origine à un niveau de qualité dans la hiérarchie générale des vins

⇒ **Un important travail des négociants pour que les noms aient un sens stable**

# Le lissage devient une menace

- A partir du XIXe, l'inflation des techniques de lissage qualitatif
  - Les producteurs accusent les progrès de la chimie de permettre de faire 'n'importe quoi'
    - Ajout de tannins, d'acides, d'alcool distillé, de couleur d'arômes...
  - => Le mot 'vin' n'e désigne plus du vin. RISQUE d'effondrement du marché
- Mise en cause de certaines pratiques de lissage au nom de la santé publique
  - Coloration, plâtrage etc.
  - ⇒ De 1850 à 1900 : de nombreuses 'lois sanitaires' pour limiter les techniques de lissage qualitatif
- Le « **vin naturel** » non lissé, non trafiqué, même moins bon, devient recherché.
  - Fin XVIIIe-XIXe, le mot « **vin artificiel** » devient péjoratif et s'oppose à celui de « **vin naturel** »
- La rivalité entre producteurs et négociants dans l'élaboration de la qualité
  - Dénoncent le 'tableau des équivalences des noms des vins
  - Le lissage hiérarchique mis en cause

# L'oïdium, le mildiou et le phylloxéra

- Lissage des quantités

⇒ Vu comme un risque de dénaturation du vin

– Le mot vin va perdre son sens pour ne plus désigner qu'une boisson

- Le vin doit être un produit de la vigne

⇒ **La loi Griffe de 1889** : norme qui encadre la signification du nom

⇒ « Le vin est le résultat de la fermentation de moût de raisins frais »

⇒ **Elle limite les techniques de production**

⇒ **réduit les moyens de lissage des quantités**

⇒ **augmente l'hétérogénéité gustative des vins**





# 1<sup>è</sup> & 2<sup>è</sup> lois Griffes

La loi de 1905 sur les fraudes de produits et d'origine (2<sup>è</sup> loi Griffes)

- Généralise la loi Griffes à tous les produits qui doivent être conformes à leur nature

« Art 1<sup>o</sup>. - 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, **leur origine** lorsque, d'après la convention ou les usages, la désignation de l'espèce ou de l'origine faussement attribuée aux marchandises, devra être considérée comme la cause principale de la vente. » Loi de 1905

- Ajoute la fraude sur l'origine : interdit les produits qui ne correspondent pas au nom d'origine

⇒ Loi de 1919 complète 1905 par la délimitation des régions de provenance

# 1919: l'extrême diversification de la production

- Réduction des possibilités de lissage hiérarchique
  - variabilité accrue des vins
- La loi donne aussi aux agriculteur le droit de marquer leur production du lieu de culture
  - Marque commerciale
  - Favorise une extrême innovation de la production pour différencier la production: (nouveaux cépages hybrides...)
    - Le marquage commercial renforce l'hétérogénéité de la production
- La loi de protection des noms d'origine induit
  - une hétérogénéisation de production
  - une inflation des noms d'appellation des vins

# Un paradoxe

- Des pratiques de lissage qui rendent une production hétérogène
- Encadrées par des lois
  - Lois sanitaires : vin = boisson saine
    - Réduisent les techniques lissage qualitatif gustatif
    - **Renforce** l'hétérogénéité gustative
  - Loi Griffe : vin = moût fermenté
    - Réduit les techniques de lissage quantitatif par les négociants
    - **Renforce** l'hétérogénéité gustative
  - Loi de 1905/1919 : nom d'origine = indication de provenance du vin
    - Réduit le lissage qualitatif hiérarchique par les négociants
    - **Renforce** l'hétérogénéité gustative

**Le lissage et les lois qui définissent le vin renforcent l'hétérogénéité des vins**

# Un effondrement du marché?

Les négociants défendent une stabilisation de la hiérarchie des qualités gustatives

- Le nom d'origine signifie ici une place stabilisée dans la hiérarchie des qualités des vins
- Quitte à ce que le sens littéral d'origine soit affaibli
- Une place limitée pour les producteurs et leurs vignobles dans la qualité finale du produit

⇒ un marché classique, où les biens ont une qualité, ici gustative, prédéfinie, aussi constante que possible

Les producteurs privilégient une autre stabilisation du sens autour de la provenance

- le nom d'origine signifie 'made in', et une place plus incertaine dans une hiérarchie instable
- Ouvert à la compétition qualitative
- ils repoussent les marchands du processus de production

⇒ un fonctionnement marchand différent

⇒ une grosse contribution aux consommateurs intéressés par l'appréciation de la qualité (critique vinicole)

**Un dédoublement de l'organisation marchande**

# Conclusion

- Deux façons de réduire l'hétérogénéité et conforter le sens des noms
  - Les négociants = le vin résultat
  - Les producteurs = le vin procédé de production
- Deux organisations marchandes différentes
  - Standard, le nom comme information
  - Plus « artistique », une qualité à apprécier, nécessaire investissement du consommateur aidé par une critique
- Les noms sont-ils des communs ?
  - Le fait qu'ils signifient est essentiel (loi de 1889 et 1905) pour tous les utilisateurs du langage, au-delà de la filière
  - Des oppositions sur ce qu'ils doivent ou ne doivent pas signifier au sein de la filière
  - Les définitions orientent les échanges économiques et structurent des organisations marchandes particulières
    - Définition par les moyens et par les résultats: deux organisations marchandes 'standard' et 'artistique'