



Citation for published version:

Demossier, M 2010, Vin. in C Delporte, JY Mollier & JF Sirinelli (eds), *Dictionnaire d'Histoire Culturelle de la France Contemporaine*. Presses Universitaires de France, Paris, pp. 842-844.

Publication date:
2010

[Link to publication](#)

University of Bath

Alternative formats

If you require this document in an alternative format, please contact:
openaccess@bath.ac.uk

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

<TITRE>VIN

<TEXTE> Si l'histoire du vin chez les anglo-saxons s'est largement écrite à l'échelle mondiale, l'histoire de ce produit en Europe a souvent été racontée dans un cadre national. L'Europe s'est intéressée au vin, à sa production d'abord, puis à sa consommation, depuis l'origine de l'histoire comme discipline académique. Sur le continent, l'histoire du vin reste surtout constituée d'une collection d'histoires nationales et régionales. La France étant par tradition productrice et consommatrice de vin, ce dernier compte davantage que n'importe quel autre alcool sur le plan politique, économique, social et culturel. En deux mots, la nation a servi de cadre de référence à cette histoire du vin. L'ouvrage remarquable de Roger Dion (1959) qui considère l'évolution des techniques viticoles à la lumière de l'expansion urbaine de l'Ancien Régime illustre ce courant historique.

Un autre courant parallèle s'est attaqué à l'approche sociale et politique du monde viticole, en particulier des vignerons au détriment des négociants et marchands, arguant sa spécificité sur le plan social et politique, à mi-chemin entre le monde rural et le monde urbain, plus citadin que campagnard. Les écrits de Robert Laurent (1957) pour la Bourgogne ou de Rémy Pech (1975) pour le Languedoc ou ceux plus récents de Jean Sagnes sur le syndicalisme viticole et la révolte de 1907 (1997) attestent de cette histoire régionale, sociale et politique. On peut toutefois regretter que cette histoire se confine à celle de la communauté dans son inscription dans un espace géographique délimité. Les réflexions autour de la notion de qualité des vins incarnés par les recherches d'Alessandro Stanziani ou celles d'Olivier Jacquet sur les réseaux professionnels et leur inscription dans un espace politique plus large marqué par les relations entre périphérie et centre contribuent à replacer le vin

dans cette histoire économique, politique et sociale, dimension qui manquait jusqu'alors.

En fait, l'histoire, en tant que discipline intellectuelle, a été longtemps réticente à aborder le champ du boire et de l'alcool sous un angle culturel. Les premières générations d'historiens se sont peu intéressés à une histoire du boire, l'histoire de la vigne s'intégrant plus facilement dans le développement de l'histoire économique et sociale du pays et dans la construction de la nation comme un espace économique et géographique stable. Quand émergent l'Ecole des Annales et l'Histoire des Mentalités dans l'entre deux guerres, les Annalistes se penchant sur comportements alimentaires négligent de prendre au sérieux le boire sous sa dimension sociale et culturelle, démontrant jusqu'en 1975, le caractère marginalisé de ces travaux dans l'historiographie française. Le boire pose problème, d'où son statut ambivalent dans l'histoire culturelle qui s'érige progressivement en France, il n'y a d'ailleurs pas d'entrée sous le mot *alcool* dans ce dictionnaire.

Il faudra attendre les travaux des structuralistes dans les années 1960 avec les publications des linguistes et structuralistes comme Claude Lévi-Strauss (1964) pour que s'édifie comme légitime l'approche culturelle de l'alimentaire et du boire. Parmi certaines de ces contributions, le travail de Roland Barthes, sémiologue et structuraliste, joue un rôle précurseur. Quand Roland Barthes rassemble ses *Mythologies* sous la forme d'une compilation d'articles publiés entre 1954 et 1956 dans divers journaux (*Esprit*, *France Observateur* et *Lettres Nouvelles*), l'intérêt se cristallise plutôt autour d'une lecture nationale et sociale de son texte *Le vin et le lait*. Pour Barthes, le vin est un produit symbolique important pour l'expression d'une convivialité française, d'une virilité, d'une classe bourgeoise et plus encore d'une identité nationale. Cette même période voit pourtant le nouveau chef de

gouvernement, Pierre Mendès France, s'attaquer aux distillateurs d'alcool tout en faisant la promotion du lait et en établissant le Haut Comité d'Etude et d'Information sur l'Alcoolisme, épisodes largement passés sous silence dans les écrits consacrés aux *Mythologies*. Cependant, là encore, le vin se trouvera cantonné au rang des mythologies mythologisantes.

Le chapitre *La Vigne et le Vin* rédigé par Georges Durand dans la publication de Pierre Nora (1992) *Les lieux de mémoire* et présenté dans le deuxième volume *Traditions* sous le thème *Singularités* atteste de ce statut marginalisé dans l'histoire culturelle française. Ce chapitre qui contribue à l'enracinement du produit comme l'un des éléments fondateurs de la nation témoigne d'une approche essentialiste dans laquelle la France cherche à se repositionner face à une mondialisation qu'elle perçoit comme inquiétante. Les français se sont d'ailleurs largement approprié cette construction nationale arguant qu'ils sont de fins dégustateurs et qu'ils produisent les meilleurs vins au monde. Cette conception dominera jusqu'à récemment les publications universitaires et il faut attendre les écrits des années 1990 pour ouvrir la voie à une histoire du vin et de ses usages culturels avec l'ouvrage de Didier Nourrisson *Le buveur du 19^{ième} siècle* (1990) qui s'attaque au mythe édifié autour du produit en arguant sa nature fragmentée et hiérarchisée comme produit de consommation.

<IT1>**Vigne et Vin, une histoire de la France**

La publication des deux ouvrages encyclopédiques que sont *l'Histoire morale et culturelle de nos boissons* par Claude Bologne (1991) et *l'Histoire sociale et culturelle du vin* par Gilbert Garrier (1999) légitime et consacre un nouveau champ de

recherche qui développera une histoire sociale et culturelle des représentations et pratiques autour du vin et de l'alcool, champ déjà labouré par les travaux de Didier Nourrisson. Contrairement aux publications historiques précédentes qui s'intégraient dans les paradigmes d'une histoire sociale et économique teintée, dans certains cas, d'une perspective marxiste, la publication de ces deux ouvrages place d'emblée l'alcool, et le vin, plus spécifiquement, dans une histoire nationale et culturelle, dans une approche des pratiques et dans une cartographie historique et culturelle du vin dans la société française. A mi-chemin entre l'histoire et l'ouvrage d'art, ces publications témoignent aussi du nouveau statut occupé par la littérature œnologique dans les régions. On peut donc considérer qu'ils représentent un tournant dans l'historiographie culturelle du vin et de l'alcool. Leur contribution est d'argumenter que le vin loin d'être un fléau social s'avère un outil essentiel dans la construction de la nation, la région et de l'identité française depuis des temps immémoriaux. Néanmoins, on peut cependant regretter qu'ils n'interrogent de façon plus critique les lieux communs à cette édification pour en questionner la complexité et le caractère éminemment social. D'autre part est absente de cette approche sociale et culturelle l'analyse des excès attachés à la consommation d'alcool et leur encadrement politique et social, des liens entre vignobles emblématiques et la construction d'une qualité, notamment dans l'histoire des relations économiques avec l'Algérie ainsi que la dimension internationale du produit. Cette histoire se penche surtout sur les vignobles les plus reconnus négligeant les lieux moins renommés et la dimension comparative est souvent laissée pour compte.

<IT1>**L'histoire culturelle du vin, une histoire en chantier ?**

Ce n'est donc que récemment que le vaste et important chantier marqué par les grands noms de l'histoire rurale s'est trouvé dépassé par une histoire culturelle encore balbutiante et largement inspirée des travaux de l'école marxiste incarnée par les recherches d'Eric Hobsbawm et Terence Ranger autour du concept de *tradition*. Il n'est guère anodin que cette histoire culturelle du vin et de l'alcool s'attaque à l'identité nationale et à sa relation avec certains produits emblématiques, comme le champagne, avec le titre provocateur publié par l'américaine Kolleen M. Guy *When Champagne became French* (2003). Cette histoire culturelle a aussi largement bénéficié d'une redéfinition des courants disciplinaires, l'interdisciplinarité permettant la reconnaissance des études de nouveaux chercheurs à cheval sur plusieurs disciplines comme l'histoire, la géographie, la sociologie ou l'anthropologie ou encore formés dans un cadre disciplinaire plus large et dépassant l'Hexagone. Dans ce courant, les contributions des américains et des britanniques ont joué un rôle précurseur comme le travail mené par Robert Ulin sur le vignoble du Sud Ouest (1996) ou l'ouvrage de Kolleen M. Guy cité précédemment. L'ouvrage de l'anthropologue marxiste Robert Ulin sur l'ethno-histoire du vignoble bordelais contribue au débat autour de la notion de *tradition* en arguant que la promotion et le marketing des produits combinés à l'invention d'une hiérarchisation des vignobles concourent à la domination des vins de Bordeaux sur les autres vins régionaux, domination analysée en termes de *capital culturel*, notion empruntée à la sociologie bourdieusienne.

Dans une perspective radicalement différente, Kollen M. Guy s'attaque à cette notion de *tradition* la replaçant de manière constructive dans le débat autour des consommateurs, de l'identité nationale et des représentations construites autour de régions viticoles emblématiques. Dans son analyse, elle souligne la transformation de

l'image du vin de Champagne d'un bien périphérique ou de valeur régionale à un produit iconique national sous l'impulsion des négociants et vignerons. En l'ancrant dans la promotion d'un produit artisanal et en soulignant le rôle des allemands dans le développement du mythe comme produit de consommation, elle met l'accent sur le contexte international qui contribue à édifier le champagne comme un élément du patrimoine national à préserver. C'est dans une même perspective soucieuse de critiquer les tenants de l'approche culturelle que les publications de Gilles Laferté (2006) se situent. Il insiste sur les concepts d'images et d'appartenances qui permettent de dépasser le cadre étroit entre essentialisme et constructivisme pour aborder le champ du pouvoir, de l'autorité, des groupes et territoires. C'est aussi autour des images de l'alcool entre 1915 et 1942 que l'historienne britannique, Sarah Howard, a concentré son attention. Combinant l'approche économique et sociale à l'histoire culturelle, elle inaugure un champ de recherche novateur et pertinent qui ouvre la voie à l'importance d'une perspective alliant la dimension nationale à la spécificité régionale dans sa diversité, questionnant le produit de consommation et l'intoxication qui lui est intrinsèque et, enfin, posant les prémisses d'une réflexion sur une identité nationale ambiguë sur le plan des discours fondateurs autour de la promotion du produit. L'histoire du vin et de l'alcool doit aujourd'hui en France se préoccuper des aspects tant politiques, qu'économiques et sociaux, se concentrer sur les images et sur leur réception, embrasser les différentes catégories de producteurs et leurs discours et revenir à un équilibre épistémologique soucieux d'établir la complexité des faits sociaux et culturels dans leur épaisseur historique. C'est alors une histoire en chantier qui s'offre aux jeunes chercheurs.

<BIBLIOGRAPHIE>

BOLOGNE J-C., *Histoire morale et culturelle de nos boissons*, Paris, R. Laffont, 1991. - GARRIER G., *Histoire sociale et culturelle du vin*, Editions Bordas, 1999. - GUY K. M., *When Champagne became French, wine and the making of national identity*, The John Hopkins University Press, 2003. - HOWARD S., *Les images de l'alcool en France*, CNRS Editions, 2006. – LAFERTÉ G ; *La Bourgogne et ses vins : l'image d'origine contrôlée*, Paris, Belin, 2006.- ULIN, R.C., *Vintages and Traditions, An Ethnohistory of Southwest French wine cooperatives*, Smithsonian institution Press, 1996.

<SIGNATURE>Marion DEMOSSIER