



HAL
open science

Vin et altérité

Augustin Voegele, Sonia Goldblum, Thomas Nicklas, Frédérique
Toudoire-Surlapierre, Michel Faure

► **To cite this version:**

Augustin Voegele, Sonia Goldblum, Thomas Nicklas, Frédérique Toudoire-Surlapierre, Michel Faure. Vin et altérité. Augustin Voegele; Sonia Goldblum; Thomas Nicklas; Frédérique Toudoire-Surlapierre; Michel Faure. Vin et altérité, Oct 2018, Mulhouse, France. Éditions et Presses universitaires de Reims, 2020, 9782374960791. hal-02547317

HAL Id: hal-02547317

<https://hal.univ-reims.fr/hal-02547317v1>

Submitted on 24 Feb 2022

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License



Vin

Le vin à l'épreuve des sciences humaines

&

altérité

études réunies par
Augustin Voegele, Sonia Goldblum, Thomas Nicklas,
Frédérique Toudoire-Surlapierre et Michel Faure

l'épure
ÉDITIONS ET PRESSES UNIVERSITAIRES DE REIMS

Ouvrage publié avec le concours de l'Institut de recherche en langues et littératures européennes (ILLE, UR 4363), **Université de Haute-Alsace** et du Centre interdisciplinaire de recherche sur les langues et la pensée (CIRLEP), **Université de Reims Champagne-Ardenne**

Crédits de couverture : *Vigne*, gravure sur bois numérisée
par Michael Schmalenstroer, domaine public
Conception graphique © Éditions et presses universitaires de Reims

ISBN (broché) : **978-2-37496-079-1**

ISBN (PDF) : **978-2-37496-105-7**



Cet ouvrage est mis à disposition selon les termes de la licence
[Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) attribution / pas d'utilisation commerciale 4.0 international

ÉPURE • Éditions et presses universitaires de Reims, 2020

Bibliothèque Robert de Sorbon

Avenue François-Mauriac / CS40019 / 51 726 Reims Cedex

www.univ-reims.fr/epure

Diffusion FMSH – CID

18-20 rue Robert-Schuman / 94 220 Charenton-le-Pont

www.lcdpu.fr/editeurs/reims

Vin **Le vin à l'épreuve des sciences humaines** **& altérité**

Études réunies par Augustin Voegele,
Sonia Goldblum, Thomas Nicklas,
Frédérique Toudoire-Surlapierre et Michel Faure

l'épure
ÉDITIONS ET PRESSES UNIVERSITAIRES DE BURG

Table des matières

Le vin de l'autre. Introduction.....	7
Michel Faure, Sonia Goldblum et Augustin Voegele	
Territoires du vin	21
Vignes et terroirs : splendeur des paysages du monde	23
Joël Rochard	
Le champagne entre terroir et industrie : le périlleux équilibre entre quantité et qualité	33
Yves Tesson	
Le vin de Champagne en Alsace au XVIII ^e siècle	53
Claude Muller	
Images du vin, images de l'autre	71
Les paradoxes du vin dans le récit de voyage.....	73
Mohamed Bernoussi	
À la rencontre de l'Autre : le vin comme analyseur sémiotique..	87
Michel Costantini	
Convivialité et cœno-bistronomie : pratiques et usages, entre identité et altérité	101
Mihaela Bonescu et Joëlle Brouard	
Les altérations de la civilisation française du vin	115
Didier Nourrisson	

Les mots du vin..... 131

Le vin, le paysage et la langue : « *linguistic landscaping* »
dans le Tyrol du Sud et en Alsace 133
Eva Lavric, Anja Stinger et Hanna Waldthaler

Vin et altérité dans un monde numérique :
pour une approche info-communicationnelle 147
Clémence Andréys, Jean-Claude Domenget
et Carsten Wilhelm

La rhétorique du vin : un assemblage
de communication multi-sensoriel 161
Craig Hamilton

Vin, civilisation et langage entre Alsace et Champagne..... 179
Jean-Louis Vézien

Du vin en littérature 189

Le vin au féminin : Henriette de Coligny,
comtesse de La Suze (1623-1673) 191
Marianne Cuénin-Lieber

« Calm[er] les ardeurs de Bacchus par le commerce
des Nymphes ». Des vertus du vin coupé
dans *La Nouvelle Héloïse*..... 207
Christine Hamann

Les masques du vin dans *La Nouvelle Héloïse*,
ou la tentation de l'altérité..... 223
Marilina Gianico

Baudelaire, de l'ivresse à l'extase..... 239
Robert Kopp

Le vin de l'autre. Introduction

Naissance d'un projet

Ce volume rassemble les actes d'un colloque qui s'est déroulé à Mulhouse les 18 et 19 octobre 2018. Au terme d'une réflexion menée pendant plus de deux ans, des chercheurs issus notamment de l'Institut de recherche en Langues et Littératures Européennes (ILLE, UR 4363, Université de Haute-Alsace) et du CIRLEP (Centre Interdisciplinaire de Recherche sur les Langues Et la Pensée, EA 4299, Université de Reims Champagne-Ardenne), mais aussi d'autres institutions, se sont trouvés réunis par leur désir commun de se pencher sur les questions liées au vin et à la culture, en particulier dans le cadre géographique dessiné par la jeune région Grand Est. L'hypothèse majeure de cette réflexion collective était celle-ci, que le vin fonctionne comme un instrument d'échanges interculturels et interdisciplinaires.

Plusieurs événements ont eu lieu pour donner vie à ce projet et permettre aux chercheurs impliqués d'échanger leurs idées. Une première journée de lancement du projet s'est tenue le 16 décembre 2016 : cette rencontre fondatrice a permis de mettre en place les axes de recherche développés par la suite. Puis a été organisée le 10 novembre 2017 une journée d'étude intitulée « Vin et hybridité », qui a servi de séance préparatoire au colloque dont nous publions aujourd'hui les actes. Ces travaux préliminaires nous ont permis de constituer et de souder une équipe.

Dans le contexte actuel d'évolution de la cartographie des régions, nous avons donc à cœur de constituer un espace de recherche qui puisse fédérer certains laboratoires de la région Grand Est. Dans cette perspective, il nous a semblé que le vin pouvait donner une identité humaniste, sociale et culturelle à cette nouvelle région. C'est pourquoi notre projet se propose de promouvoir une réflexion épistémologique et culturaliste sur le vin. Axe d'autant plus fédérateur qu'il entre en convergence avec des pôles-phares des Universités de Haute-Alsace et de Reims Champagne-Ardenne, notamment dans le secteur agro-alimentaire. De la sorte, notre approche, si elle est

essentiellement celle des sciences humaines, se trouve confortée et dynamisée par des recherches en sciences, qu'il s'agisse de celles du pôle agrosociétés de Reims, ou de celles menées sur la vigne et l'environnement à Mulhouse et Colmar. La collaboration que nous avons développée avec le laboratoire Vigne, Biotechnologies et Environnement (LBVE, EA 3991, Université de Haute-Alsace) nous a ainsi été particulièrement précieuse.

L'intérêt transdisciplinaire et transterritorial de ce projet constitue l'un de ses atouts les plus manifestes. Nous postulons que le vin n'est autre qu'un médium de transfert territorial. C'est donc la dimension transfrontalière (voire plus largement transgressive) du vin qui est au cœur de nos recherches. Si l'Alsace et la Champagne sont nos premiers territoires d'investigation, nous avons également exploré d'autres horizons – à commencer par tout un territoire alémanique, l'origine de certaines grandes maisons de champagne (Mumm par exemple) se trouvant outre-Rhin.

Nous vivons en une époque où ce qu'on pourrait appeler la « question alimentaire » occupe de plus en plus de place. Des scandales alimentaires à la question de la consommation de produits d'origine animale en passant par la mode de la cuisine qui envahit la presse et les médias audiovisuels, la question du *comment manger* et du *comment boire* est devenue dans les quinze dernières années une question de société. Parallèlement à cela, les sciences humaines et sociales ont commencé elles aussi à s'approprier ces sujets qu'elles avaient jusqu'alors somme toute assez peu investis. C'est dans cette dynamique actuelle que s'inscrit notre projet, dont l'angle d'approche global, celui du « vin de l'autre », vient ajouter à l'idée du vin comme élément fédérateur d'une région la dimension de la rencontre – rencontre de l'autre autour d'un verre, mais aussi rencontre de « soi-même comme un autre » (pour citer Paul Ricœur), dans l'ivresse par exemple. Ces deux aspects permettent d'envisager des champs de recherche divers, qui dessinent les contours d'un *discours du vin*.

Vin et hybridité

Rencontre avec l'autre, rencontre de l'autre en soi : c'est ce qui nous a amenés, dans un premier temps, à penser le vin au prisme de la notion d'hybridité. Un bref regard jeté sur les textes fondateurs de notre culture suffit à se convaincre de la pertinence de cette association de termes.

Si l'on se tourne vers les représentations de Dionysos entouré de satyres à la queue de bouc, ou vers les récits mythiques plus circonstanciés concernant la découverte de la vigne, de son fruit et de ses propriétés euphorisantes, la mythologie grecque fait la part belle à l'hybridité. L'hybridité est d'abord géographique, dans la superposition/fusion de l'Orient et de la Grèce. Dionysos, divinité du Panthéon grec, est néanmoins considéré comme un dieu étranger, et sa légende fait de lui un voyageur (Thrace, Inde, Égypte, Arabie...). D'autre part, le mythe plus précis de la découverte de la vigne associe l'homme et l'animal : Œnée, roi de Calydon et homonyme du vin, découvre l'art de la vinification grâce à un berger d'Étolie (Orista ou Staphylos, « la grappe »), dont une chèvre ou un bouc aurait montré son goût pour le raisin. Dans cette version, la découverte du vin (portant le nom d'Œnée) est décentrée vers une région certes hellénique, mais montagnaise et peu connue, si ce n'est pour son sanglier monstrueux. Selon d'autres légendes, le père de Staphylos et de Maron serait Œnopion (« le buveur de vin »), souvent identifié comme fils d'Ariane et de Dionysos ; ce roi de Chios aurait introduit le vin rouge dans l'île, en provenance de Crète, de Lemnos ou de Naxos. Mais chez Homère, le vin capiteux dont Ulysse fait usage pour endormir Polyphème lui a été donné par Maron, prêtre d'Apollon, originaire d'Ismaros en Thrace, aux limites orientales de la Grèce, ce qui permet d'associer la nature précieuse, la force, la douceur et les propriétés somnifères de ce vin à une contrée liée au parcours mythique de Dionysos.

Ainsi, pour les Grecs, le vin, insaisissable comme l'huile, semble dissoudre ses origines dans un espace mythique hybride qui lie l'animal, le divin et l'humain et transcende les frontières géographiques du monde connu ou familier. Pour autant, et même si Dionysos

apparaît comme une des divinités turbulentes du Panthéon, le prestige du vin reste intact, et son usage est associé aux rites essentiels de l'hospitalité et aux libations aux dieux.

Prenons à présent la Bible. Comme l'a montré Sébastien Doane¹, la représentation du vin dans la Bible est complexe et ambivalente. Pour ne citer que des exemples extrêmes, dans la Genèse, l'épisode de l'ivresse de Noé (Gn 9, 18-27) ou celui plus choquant encore de la transgression de l'interdit de l'inceste par les filles de Loth (Gn 19, 30-38) associent clairement les excès de boisson à l'indécence et à l'immoralité, tandis que l'Apocalypse évoque, à propos de Babylone, « le vin de sa furieuse immoralité » (Ap 14, 8). En revanche, le Cantique des cantiques offre du vin une image beaucoup plus noble et éthérée, liée à l'expression de la félicité d'un amour sublimé. Mais c'est avec le sang de l'alliance dans le sacrement de l'eucharistie que se manifeste le plus clairement la capacité d'hybridation entre humain et divin (Mt 26, 26-29 ; Mc 14, 22-25 ; Lc 22, 15-20), si l'on accepte que la coupe mentionnée dans Mt 26, 27 contient bien du vin. Le plus souvent, le vin est simplement mentionné de manière générique, sans être différencié ou identifié par la précision d'un lieu de provenance ou d'une qualité particulière. Cependant, la description dans le Nouveau Testament des noces de Cana présente une individualisation du vin très singulière, puisque la description de la dégustation renvoie non à la sensualité humaine, mais bien à la capacité d'identifier la présence cachée du divin sous les apparences du vin, ou plutôt de l'eau métamorphosée en vin d'exception. Dans ces derniers cas, on peut considérer que le vin permet, sinon l'hybridation, du moins le miracle de la rencontre entre l'humain et le divin.

Mais le vin n'est pas seulement vecteur d'hybridité dans la sphère de l'imaginaire. D'un point de vue strictement pratique, il résulte d'une opération humaine sur des éléments naturels, et, dans sa matérialité même, il est composé, schématiquement, d'un matériau végétal fermentescible, le plus souvent du raisin, et de l'opération d'un ou plusieurs agents de fermentation, le plus souvent des levures, à quoi

1. Voir en ligne : http://www.interbible.org/interBible/ecritures/symboles/2009/sym_090904.html

s'ajoutent éventuellement le rôle des tanins empruntés à la peau des raisins ou au bois des tonneaux, et le vieillissement par fermentation ultérieure et par oxydation. Il convient bien entendu de compléter ces éléments primaires par l'influence des constituants du sol, ainsi que par le choix des cépages et sous-variétés ou clones.

D'autre part, d'un point de vue historique, le vin a très tôt été associé culturellement à des éléments aromatiques, collants, sucrants ou alcooliques ajoutés pour en améliorer la tenue dans le temps, ou pour en perfectionner les qualités gustatives, optiques, médicales, hypnotiques, aphrodisiaques... sans pour autant tomber nécessairement dans la chimie de cabaret dont parle Victor Hugo lorsqu'il compare l'industrie des littératures à la mode à la vulgarité du mousseux, qu'il oppose à la noblesse du champagne :

Il serait fâcheux qu'on vînt un jour à posséder des recettes courantes pour faire du style original comme les chimistes de cabaret font du vin de Champagne en mêlant, selon certaines doses, à n'importe quel vin blanc convenablement édulcoré, de l'acide tartrique et du bicarbonate de soude ; ce vin mousseux, la grosse foule s'en grise, mais le connaisseur n'en boit pas².

En outre, avant même toute perception culturelle, le vin s'adresse aux cinq types de perceptions, vue, toucher, goût, odorat, et même accessoirement ouïe, en fonction des contenants dans lesquels il est versé, ou de son effervescence, naturelle ou encouragée. Dans *Les Cinq Sens*, Michel Serres célèbre justement, *via* une sorte d'*ekphrasis* imaginaire, le *stimulus* que constitue le vin (le Château d'Yquem en l'occurrence) pour l'intelligence comme pour le désir :

La tunique du liquide avait pris un or profond, jaune-orangé tirant sur le cuivre, nué de reflets roses : couleur sage et intelligente parfumée aux piquants du désir. On aurait dit un fond de chaudron poli

2. Victor Hugo, « But de cette publication » [préface au *Journal des idées d'un jeune jacobite*, mars 1834], dans *Œuvres complètes*, Bruxelles, Société typographique belge Adolphe Wahlen et C^{ie}, 1837, vol 2, p. 555.

par la patience et le temps dans une cuisine flamande, un peu obscure, entre des traverses de bois noir. Le vin luisait comme la paille dans une étable³.

Cette association des perceptions, combinée aux effets de l'alcool sur le système neurologique, favorise des expériences synesthésiques pour les buveurs, et peut conduire à une esthétique de l'ivresse poétique et mystique. On pensera ici à Baudelaire :

Quand il y aura un vrai médecin philosophe, chose qui ne se voit guère, il pourra faire une puissante étude sur le vin, une sorte de psychologie double dont le vin et l'homme composent les deux termes. Il expliquera comment et pourquoi certaines boissons contiennent la faculté d'augmenter outre mesure la personnalité de l'être pensant, et de créer, pour ainsi dire, une troisième personne, opération mystique, où l'homme naturel et le vin, le dieu animal et le dieu végétal, jouent le rôle du Père et du Fils dans la Trinité ; ils engendrent un Saint-Esprit, qui est l'homme supérieur, lequel procède également des deux⁴.

On voit ainsi que le vin est doté d'une forte puissance symbolique, et qu'entre autres facultés, il possède celle de faciliter le rapprochement, voire la confusion entre des dimensions culturelles que nous sommes habitués à distinguer dans nos représentations ordinaires (profane/religieux, humain/divin, masculin/féminin, humain/animal, bon/mauvais, noble/vulgaire, beau/monstrueux, naturel/artificiel). On se rend compte aussi que les diverses hybridités du vin découlent les unes des autres – hybridité des « matériaux », hybridité des techniques, hybridité des perceptions et des sensations, hybridité des imaginaires, hybridité du buveur enfin. Bref, l'hybridité du vin se décline sous mille formes, certaines nécessaires, d'autres contingentes, certaines nobles, d'autres méprisables – mais toutes dignes d'étude

3. Michel Serres, *Les Cinq Sens*, Paris, Grasset, 1988, p. 78.

4. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. I, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1975, p. 387. On trouvera un commentaire de ces lignes dans la contribution de Robert Kopp.

car révélatrices d'un certain *ethos* et d'une certaine éthique du vin. *Ethos* et éthique qui se jouent autour d'une rencontre : celle entre le même et l'autre.

Dynamique du volume

On aura compris que, par la nature même de son élaboration, par les usages qui s'y rattachent et par les représentations et images qu'il suscite depuis ses origines mythiques jusqu'aux époques contemporaines, le vin n'est pas saisissable dans l'unicité, mais renvoie constamment à des dimensions culturelles multiples qui expliquent la variété des discours et des savoirs qui l'entourent sans parvenir à épuiser l'étrangeté intrinsèque de cet objet aux connotations innombrables et aux contours mouvants. Or, si cette diversité des notions que l'on peut rattacher au vin donne lieu à de nombreuses études et approches historiques, géographiques, ethnographiques, sociologiques, économiques, linguistiques, littéraires, artistiques ou poétiques, rares sont les travaux centrés sur la notion d'altérité.

Reflot d'un terroir et d'un paysage, emblème d'une région, d'une nation ou d'une civilisation, nectar et intercesseur des dieux ou instrument de perversion diabolique, assommoir d'un peuple aliéné ou libérateur de l'imaginaire et adjuvant de l'inspiration poétique, philtre d'amour ou potion maléfique, provision de voyage pour l'éternité ou simple véhicule d'éternité passagère, pinard du soldat ou délice de l'esthète, objet d'échange et de commerce, signe d'hospitalité ou marqueur social, auxiliaire des négociations ou ambassades, ambassadeur des puissants et réconfort des misérables, dans toutes ses fonctions réelles ou supposées, ce vin censé désaltérer semble renvoyer à la dimension de l'altérité, qui constitue la thématique centrale de cet ouvrage. Penser l'altérité, aller vers l'autre, modifier ou altérer sa vision du monde (avec toutes les conséquences que cela peut comporter), sortir de son univers quotidien ou rêver d'horizons lointains, franchir non seulement les frontières régionales et nationales, mais parfois le seuil séparant le profane du sacré, sont autant de démarches que l'on associe volontiers au choix, à l'offrande ou à la dégustation

d'un verre de vin, ce qui justifie une analyse des pensées, jugements, discours et pratiques correspondants.

Pour tenter de démêler l'écheveau de ces multiples affinités entre vin et altérité, sans prétendre à l'exhaustivité, il était indispensable d'associer les réflexions de professionnels spécialistes du monde du vin à celles de chercheurs issus de nombreux secteurs des sciences humaines au sens large du terme, de l'histoire à l'économie en passant par la linguistique, la sémiotique, les sciences de l'information et de la communication ou encore la critique littéraire. Il convient donc de remercier tous ceux qui ont accepté de contribuer à ces recherches, en acceptant souvent de s'écarter de domaines plus étroitement balisés.

La première partie, intitulée « Territoires du vin », s'ouvre avec l'étude de Joël Rochard, qui met l'accent sur une notion essentielle dans le cadre de ce que l'on pourrait appeler une réflexion « éco-responsable » sur le vin : celle de *paysage*. Dénonçant la subordination utilitaire du paysage aux pratiques viticoles, Joël Rochard appelle de ses vœux le développement d'une stratégie patrimoniale qui permettrait à la fois de développer des mesures environnementales indispensables et de renforcer l'identité des différents territoires du vin.

Mais qu'est-ce que l'identité d'un vin ? En quoi tel vin se distingue-t-il des autres, et en quoi, surtout, est-il identique à lui-même malgré les évolutions et les fluctuations de son élaboration et de sa consommation ? C'est la question à laquelle s'attache à répondre la contribution d'Yves Tesson, qui constate que, « selon les époques, les vins de Champagne ont privilégié une approche centrée tantôt sur les progrès de la viticulture, tantôt sur ceux de l'œnologie ». Or cette oscillation « technique » est corrélative à un dilemme relevant de l'imagologie : comment produire abondamment sans faire perdre au champagne son image de produit *exceptionnel* (dans tous les sens du terme) ?

Le champagne, d'ailleurs, est l'exemple par excellence d'un vin qui se fait l'instrument d'une sorte de *conquête* culturelle – d'un *soft power* si l'on veut. Claude Muller souligne ainsi que « le vin de Champagne, à son corps défendant sans doute, devient [...] l'un des marqueurs de l'avancée de la France dans l'Alsace du XVIII^e siècle ». Et par ailleurs, la prédominance du champagne est révélatrice d'une

certaine idée que la France a d'elle-même, et d'une *certaine image* qu'elle veut donner d'elle-même : « la pénétration du champagne est l'expression d'un esprit, celui du XVIII^e siècle, une exaltation du raffinement et de la légèreté, propre à la Cour, mais aussi aux Lumières ».

Le deuxième partie, intitulée « Images du vin, images de l'autre », réunit justement des textes qui ont en commun une certaine dimension imagologique. Comment dire le vin de l'autre sans tomber dans les clichés ? C'est la question que pose Mohamed Bernoussi dans son article : étudiant des récits de croisade et de pèlerinage, il analyse la façon dont les voyageurs occidentaux décrivent les usages du vin (en particulier les rituels de consommation collective) qu'ils découvrent en Orient (en Afrique du Nord notamment). Si une approche objective du vin de l'autre semble possible, l'écrivain-voyageur fait néanmoins toujours « parler à la fois sa bibliothèque de références et la tension entre sa propre saisie et les références de son époque ».

Michel Costantini, de son côté, aborde, selon une perspective relevant de la sémiotique, le vin comme un « analyseur » – entendez comme un de ces fils qui, si on les tire, permettent de détisser (c'est-à-dire non pas tant de défaire, que de tisser à rebours) la toile des intrications et des imbrications identitaires. S'intéressant autant au vin lui-même qu'aux objets qui, métonymiquement, le figurent (à commencer par la bouteille et l'étiquette) et aux usages qui le consacrent comme *chose sociale*, Michel Costantini décrit dans son étude une série d'opérations identitaires relevant de la négociation de l'image de soi et de l'autre.

Mihaela Bonescu et Joëlle Brouard, pour leur part, se penchent sur la redéfinition des cadres et des codes de la convivialité qu'impose le développement de l'œno-bistronomie. Partant de ce constat, que « l'attachement au (bon) vin traduit, en France, une culture du repas qui valorise à la fois les rituels de l'hospitalité, la terre avec ses hommes et son terroir (identité) et la valorisation de l'Autre, avec sa différence et sa somme d'inconnu (altérité) », elles en arrivent à cette conclusion, que c'est bien le pôle « altérité » qui domine dans les pratiques bistrologiques et œno-bistrologiques contemporaines – lesquelles pratiques sont créatrices de *lieux communs* où l'autre et le même se rencontrent pour des moments de partage culinaire.

Les acteurs du vin (producteurs, intermédiaires, consommateurs) doivent pourtant composer de nos jours avec un certain nombre de discours dépréciateurs. Selon Didier Nourrisson, l'école est le lieu où se révèle l'image qu'une certaine société française se fait du vin. Si pendant longtemps, dans les films fixes d'éducation qui sont au centre de son article, le vin est présenté aux enfants des écoles comme une boisson saine, à partir des années 1950, le discours hygiénique sur le vin connaît un revirement de plus en plus radical – l'alcool en général étant progressivement dénoncé comme un véritable fléau. Mais cela ne signifie pas, tant s'en faut, la mort du vin : au contraire, de boisson ordinaire, le vin devient une boisson *exceptionnelle* (ou qui devrait l'être), et « l'on passe d'une société de buveurs de vin à une société d'amateurs ; de ceux qui en prennent à ceux qui en parlent ».

C'est précisément *ce qu'on dit du vin* qui est au cœur de la troisième partie, intitulée « Les mots du vin ». La contribution d'Eva Lavric, Anja Stinger et Hanna Waldthaler se focalise (à partir de deux études de terrain menées, l'une dans le Tyrol du Sud, l'autre en Alsace) sur les « besoins linguistiques qui passent inaperçus » : car *dire le vin*, en particulier quand il s'agit, pour des restaurateurs, de conseiller des touristes étrangers à la culture alimentaire et à la langue de la région qu'ils visitent, n'est pas une affaire aisée.

Ce sont des enjeux de même type qui sont au centre de l'étude proposée par Clémence Andréys, Jean-Claude Domenget et Carsten Wilhelm : comment les spécialistes des sciences de l'information et de la communication peuvent-ils aider les professionnels du vin – à commencer par les vignerons eux-mêmes – à défendre (notamment sur l'internet) leurs vins auprès d'acheteurs non avertis, et souvent étrangers à la culture (au sens large du terme) dans laquelle le vin qu'ils s'approprient à acquérir et à déguster plonge ses racines ?

Tâche d'autant plus complexe que, comme le montre l'article de Craig Hamilton, toute approche du vin est nécessairement multisensorielle – ce qui se manifeste inévitablement dans les discours que les spécialistes (ceux du *Guide Hachette* par exemple) tiennent sur les vins qu'ils jugent : les consommateurs ont ainsi toute une « rhétorique du vin » à décrypter.

Jean-Louis Vézien (ancien délégué national de l'Institut National des Appellations d'Origine, et ancien directeur du Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace) souligne d'ailleurs que la complexité objective des vins (avec, notamment, leur richesse aromatique, mais aussi le raffinement technique qui préside à leur élaboration) ne doit pas conduire à la constitution d'une aristocratie des amateurs éclairés : la formation d'un certain snobisme du vin (avec la rhétorique qui s'ensuit) risque en effet d'« inhiber et donc [de] faire fuir les "profanes", qui se sentent ignorants... »

Qui sait si, entre le silence de l'ignorant et la parole par trop assurée du savant, les mots intuitifs du poète qui devine et pressent ne constituent pas une forme de juste milieu libérateur ? C'est l'une des questions qu'abordent les contributions de la quatrième partie, intitulée « Du vin en littérature ». Le vin, dans la littérature, est certes tributaire de codes (notamment genrés) très stricts, mais les usages et les pratiques les font évoluer. La chanson à boire, ainsi, est, aussi bien sur le plan auctorial (celui qui écrit) qu'énonciatif (celui dont on entend la voix), une affaire d'hommes. Pourtant, Henriette de Coligny, comtesse de La Suze (1623-1673), dont Mariette Cuénin-Lieber étudie les textes, sut décliner au féminin ce genre *a priori* phallogratique. Non que le vin ne fût pas une affaire de femmes à l'époque : mais ce qui rend le geste d'Henriette de Coligny si subversif (et féministe avant l'heure), c'est qu'il relève non de la simple pratique (les femmes boivent du vin), mais du discours (la comtesse de La Suze boit du vin *et le dit*).

Autre code, qui non seulement a traversé les siècles, mais qui est devenu une morale d'État dans la France contemporaine : consommer le vin avec modération. Certes, le Rousseau de *La Nouvelle Héloïse* semble épouser cette éthique de la mesure et de la pondération. Mais se contenter d'en tirer une telle morale signifierait rester au ras du texte : Christine Hammann souligne en effet que, tant sur un plan éthique que poétique, le vin, qui a partie liée avec la question érotique chez Rousseau, est subversif malgré qu'en aient les personnages du roman (et leur créateur lui-même) – l'équilibre entre « l'utile et l'agréable » (entre la « volupté » et l'« instruction morale ») étant bien difficile à maintenir.

Marilina Gianico, de son côté, propose une lecture politique du motif du vin dans le même roman : selon Rousseau, chaque pays aurait le vin qu'il mérite. Si le vin en France (pour ne pas dire le vin *de* France) est trompeur, s'il grise et conduit sur la voie de la perdition, c'est signe que les Français sont soumis à un ordre social malsain. Au contraire, dans « l'utopie de Clarens », le vin est « transparent », comme le sont, politiquement et moralement, les citoyens suisses. Et cette transparence n'a rien de totalitaire, puisqu'elle est aussi perméabilité à l'étrange et à l'étranger – en un mot comme en cent à l'*autre*.

Autres temps, autres mœurs : à l'heure de la chute de l'ange romantique, à l'époque de la désillusion, Charles Baudelaire ne veut plus rien savoir des vertus de la tempérance. Pour autant, l'usage baudelairien du vin n'est pas pessimiste : car, comme le montre la contribution de Robert Kopp, si Baudelaire recourt à l'ivresse pour ignorer la triviale réalité de ce monde déchu, le vin (à l'instar des drogues) lui est avant tout un moyen d'accéder à une lucidité supérieure, et d'atteindre, par-delà la raison matérialiste, à l'intelligible.

C'est donc un parcours pluridisciplinaire que propose ce volume. Si nous avons choisi de faire de la littérature le *terminus* non conclusif de notre réflexion, c'est que, la sagesse populaire affirmant que la vérité est dans le vin, il était tout naturel que les hommes de littérature (dans le sens le plus large du terme, qui désigna dans un premier temps la *chose écrite* dans son ensemble) se saisissent du vin, et tentent (à l'instar d'un Jules Romains⁵) de *mettre en bouteilles* sa vérité propre. Laquelle vérité est labile, fluide comme la boisson où elle s'abrite et qui dans le même temps en libère, désinhibitrice, l'expression : elle se situe, sans doute, du côté de la *sincérité* plus que de l'exactitude, et concerne le *sujet* autant que l'objet. « Le vin est toujours bon / Quand est beau l'échanson qui le verse⁶ », écrit ainsi André Gide : le vin, sans doute aucun, a à faire avec le désir. Mais il n'est pas pour autant esclave de la matière, de la substance, de la chair : car il donne aussi, selon une logique para-platonicienne, accès

5. Voir Jules Romains, *La Vérité en bouteilles*, Paris, Trémou, 1927.

6. André Gide, « Lettre à Henri Ghéon, 18 mars 1899 », dans André Gide-Henri Ghéon, *Correspondance*, vol. 1, Paris, Gallimard, 1976, p. 181-185.

à une vérité idéale, idéelle. C'est du moins ce que laisse entendre Saint-John Perse quand il évoque l' « ivresse d'un vin qui n'est pas de cette terre, antérieur et supérieur à la condition humaine et dont le poète reçoit la prescience à sa naissance⁷ ». Dans un mouvement relevant de l'hypallage, le monde vacille devant les yeux du poète en proie à l'ivresse (« Le Rhin le Rhin est ivre où les vignes se mirent⁸ », écrit Apollinaire), mais c'est pour lui permettre de *traverser les apparences*, et lui donner accès à une miraculeuse *réversibilité* du sujet et de l'objet, du moi et de l'autre (ou plus radicalement encore du non-moi). Témoin ces vers des « Vendanges » de Paul Verlaine :

Les choses qui chantent dans la tête
Alors que la mémoire est absente,
Écoutez, c'est notre sang qui chante...
Ô musique lointaine et discrète !

Écoutez ! c'est notre sang qui pleure
Alors que notre âme s'est enfuie,
D'une voix jusqu'alors inouïe
Et qui va se taire tout à l'heure.

Frère du sang de la vigne rose,
Frère du vin de la veine noire,
Ô vin, ô sang, c'est l'apothéose⁹ !

Le vin grandit l'homme, l'agrandit même, lui évite de demeurer par trop humain, il constitue une voie d'accès aisée à une transcendance euphorique sinon heureuse. Il est l'un des outils privilégiés du progrès, un vecteur de civilisation, le moyen premier et ultime de la culture de l'homme par l'homme. C'est du moins ce que suggèrent ces lignes de *La Montagne magique* de Thomas Mann :

-
7. Cité dans Gilberte Aigrisse, *Saint-John Perse et ses mythologies*, Paris, Imago, 1992.
 8. Guillaume Apollinaire, « Nuit rhénane », dans *Alcools*, Paris, Éditions de La NRF, 1920, p. III.
 9. Paul Verlaine, « Vendanges », dans *Jadis et naguère*, dans *Œuvres complètes*, vol. 1, Paris, Vanier, 1902, p. 319.

Mais de tout temps l'homme, avide de grands sentiments, a disposé d'un moyen de s'enivrer et de s'enthousiasmer qui lui-même est un des dons classiques de la vie, qui porte le caractère du simple et de la sainteté, un remède de grand format, [...] le vin, un présent divin aux hommes comme l'ont déjà dit les anciens peuples humanistes, l'invention philanthropique d'un dieu auquel est en quelque sorte liée la civilisation [...] . Car, ne dit-on pas que c'est grâce à l'art de planter la vigne et de presser le raisin que l'homme est sorti de son état de sauvagerie, a conquis la civilisation¹⁰ ?

Hymne discutable – et discuté dans le roman même –, hymne ironique surtout à une civilisation qui ne serait « pas du tout l'affaire de l'entendement ni d'une sobriété à l'expression châtiée, mais [qui] a bien plus à voir avec l'enthousiasme, le délire et la délectation des sens ». Sans doute la culture est-elle l'affaire d'Apollon autant que de Dionysos. Il n'en demeure pas moins que, selon l'équation péremptoire d'Henri Michaux, « l'union du moi et du vin est un poème¹¹ »...

Michel Faure, Sonia Goldblum et Augustin Voegele

ILLE (UR 4363), Université de Haute-Alsace

10. Thomas Mann, *La Montagne magique*, Paris, Fayard, 2013, p. 774.

11. Voir Henri Michaux, *Épreuves, exorcismes*, Paris, Gallimard, « Poésie », 1989.

Première partie
Territoires du vin

Vignes et terroirs : splendeur des paysages du monde

Le paysage comme valeur

La consommation de vin s'intègre de plus en plus dans un contexte œno-culturel associé à des notions hédonistes complexes. Si les perceptions sensorielles essentiellement fondées sur l'adéquation terroir-cépage-élaboration constituent le socle de la perception qualitative intrinsèque, la qualité perçue, fondement de l'image et support de la valorisation économique de l'appellation, intègre de plus en plus des composantes complémentaires relatives notamment à la santé, à l'environnement et aux valeurs patrimoniales. Ainsi, Jacques Maby souligne que « boire du vin ne va pas de soi, ce n'est pas un impératif alimentaire mais un comportement culturel¹ ».

L'émergence du développement durable initié lors de la conférence de Rio en 1992 conduit à considérer le terroir au-delà de sa simple fonction de production de raisins². Le paysage, support sensible des choix d'aménagement locaux, constitue une entrée pertinente pour une réflexion durable car il permet d'identifier et de conforter les supports identitaires, de redonner une vision spatiale à un projet technique viticole et de l'intégrer dans les échelles multiples d'un territoire. C'est une des valeurs patrimoniales précisée dans la définition de la viticulture durable de l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin :

Approche globale à l'échelle des systèmes de production et de transformation des raisins, associant à la fois la pérennité économique des structures et des territoires, l'obtention de produits de qualité, la prise en compte des exigences d'une viticulture de précision, des risques liés à l'environnement, à la sécurité des produits et à la santé

-
1. Voir Jacques Maby, « La composante paysagère dans l'image de l'AOC », dans *Actes des troisièmes rencontres rhodaniennes*, Orange, Institut rhodanien, 1998, p. 43-46.
 2. Voir Joël Rochard, *Traité de viticulture et d'œnologie durable*, Chaintré, Avenir œnologie, 2005.

des consommateurs, et la valorisation des aspects patrimoniaux, historiques, culturels, écologiques et paysagers³.

Si la viticulture durable privilégie notamment une limitation des impacts environnementaux, elle doit également, dans une perspective intergénérationnelle, associer les externalités, supports d'un patrimoine collectif. Les paysages sont des aspects emblématiques de ces valeurs intemporelles. À propos de la valeur symbolique, émotionnelle et affective du terroir, S. Michel précise que

nous sommes ce que nous mangeons. La méconnaissance de ce que nous avons dans notre assiette ou notre verre conduit à une perte d'identité, mais heureusement le terroir restaure le lien entre le consommateur et l'aliment. Les valeurs symboliques de l'aliment sont celles du terroir, mais attention, toute contamination du terroir, qu'elle soit physique, chimique, biologique ou visuelle, contamine le produit dans l'esprit du client⁴.

Cette réflexion souligne que le terroir est un atout, support de valorisation, mais que l'inverse, une dénaturation des paysages, peut aussi bien dégrader la perception du terroir et indirectement l'image du vin.

Le paysage est défini par la Convention Européenne comme une « partie de territoire telle que perçue par les populations dont le caractère résulte de l'action des facteurs naturels et/ou humains, et de leur interrelation⁵ ». C'est un cadre qui souligne le côté fonctionnel et intégrateur : la vigne est une composante d'un paysage viticole, complété par un milieu naturel et des constructions humaines, particulièrement dans une Europe riche de villages pittoresques remarquables. En complément à l'image de la dégustation d'un vin, cette

3. Voir en ligne : <http://www.oiv.int/fr/normes-et-documents-techniques/codes-de-bonnes-pratiques/guide-oiv-pour-une-vitiviniculture-durable> (consulté le 21 juillet 2019).

4. Voir S. Michel, « La pression des consommateurs », discours prononcé en 2000 à l'occasion de l'assemblée générale de l'Association Viticole Champenoise.

5. Voir en ligne : https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2016/8/8/DEV/L1400720L/jo/article_171 (consulté le 21 juillet 2019).

perception d'un territoire comporte un aspect subjectif, hédoniste, l'esthétique faisant aussi partie de la problématique paysagère.

Le paysage qui relie la terre à l'esprit suppose en premier lieu le savoir-faire du vigneron architecte et jardinier du terroir. Sa maîtrise technique est le fruit d'observations empiriques acquises de génération en génération et d'un esprit d'innovation permanent. L'ingéniosité de l'homme ne s'arrête pas à la vigne. L'architecture des chais, des caves, mais également celle des villages, des églises, ou d'autres bâtisses historiques participe pleinement à l'harmonie et à la splendeur des paysages viticoles mondiaux.

Le professionnel de la vigne, par son influence sur l'espace, est aussi un acteur du paysage qui n'a pas pour autant conscience de la valeur esthétique et patrimoniale de son terroir. À l'image d'une dégustation, son paysage est l'expression conjuguée des plaisirs des sens, et il doit apprendre à le connaître et à le faire apprécier. Vitrites des pratiques viticoles, les paysages sont aujourd'hui le terrain d'enjeux écologiques (bonnes pratiques environnementales, maintien de la qualité des eaux, contribution à la conservation des sols, valorisation d'une biodiversité « fonctionnelle et écologique »). Ils ont également des valeurs : économiques (pour l'exploitation et pour la région – image promotionnelle du vin, tourisme, foncier) ; sociales (cadre de vie, identité locale, médiation) ; culturelles ; et patrimoniales (rites, pratiques, sentiers, paysage et architecture).

Il est primordial d'éviter que le paysage soit un simple sous-produit des pratiques viticoles et territoriales, ce qui justifie de développer localement une gouvernance patrimoniale et écologique, support de l'éco-œnotourisme. Au-delà des enjeux « grand public », les paysages viticoles sont également les fondements identitaires d'une profession en quête de liens indispensables au développement d'actions collectives et en particulier dans le secteur environnemental. Dans un contexte individualiste, c'est moins de la maîtrise de solutions techniques, disponibles pour la plupart d'entre elles, que de la possibilité de fédérer les partenaires autour de projets communaux ou régionaux (confusion sexuelle, production intégrée, érosion, gestion des déchets) que dépend le développement des mesures environnementales. Le paysage viticole présente l'intérêt de fédérer la

profession autour d'un sujet identitaire qui doit associer les collectivités locales et l'ensemble des acteurs du territoire. C'est la base de la gouvernance patrimoniale mais également écologique des terroirs.

Diversité des paysages viticoles mondiaux

L'homme a toujours su surmonter les défis de la nature pour satisfaire ses besoins alimentaires, spirituels ou culturels. Le vin témoigne de cette aptitude de l'être humain à s'adapter à des contextes très divers, parfois extrêmes, par son intelligence, sa conviction et l'héritage d'un savoir-faire transmis de génération en génération. La surface de la Terre, modelée par les mécanismes géologiques et climatiques, a été investie par l'homme, qui a privilégié des lieux propices pour y planter la vigne et assurer le transport des vins. La vigne est une plante liane dotée d'une capacité d'adaptation exceptionnelle, mais elle a trouvé son terrain de prédilection dans des zones spécifiques du globe terrestre (20 à 53° de latitude dans l'hémisphère nord et 20 à 42° dans l'hémisphère sud). Au-delà de cette zone optimale, l'intérêt culturel de l'homme pour la vigne et le vin est à l'origine de vignobles extrêmes, dans des zones très froides (Québec) ou tropicales (Inde, Brésil, Asie), supports de paysages originaux⁶.

Une histoire complexe de la Terre

Le sol « épiderme de la Terre » est couramment défini comme la partie superficielle qui naît de la combinaison des produits de l'altération continentale des roches et de la décomposition des molécules organiques du vivant (microbien, végétal et animal). La surface de la Terre est constituée de gigantesques « plaques rocheuses », celles-ci sont soumises à un mouvement perpétuel très lent mais qui a façonné au cours du temps la morphologie de notre planète à l'origine de la diversité géologique des terroirs. Le dynamisme de la Terre est

6. Voir Jocelyne Pérard et Joël Rochard, « Paysages viticoles de climats extrêmes », *Revue des œnologues et des techniques vitivinicoles et œnologiques*, vol. 39, n° spécial 145, 2012, p. 11-15.

lié à deux sources principales de chaleur : celle du noyau terrestre, qui provoque le lent déplacement des roches dans la couche située en-dessous de la croûte terrestre ; et celle du soleil, dont l'énergie chauffe la surface avec plus d'intensité à l'équateur qu'aux pôles, ce qui contribue à la diversité climatique des régions du globe.

Parallèlement à ce prédéterminisme global du climat, l'énergie solaire intervient sur des caractéristiques microclimatiques locales et dans le régime des pluies à l'origine des fleuves et des rivières, mais aussi des mécanismes d'érosion et de transport des sédiments qui façonnent la topographie des terroirs. Les mouvements de convection interne se combinent avec la gravité pour initier le déplacement très lent mais permanent de la mosaïque de plaques rocheuses qui constitue les continents et les îles. Le mouvement de ces plaques, à l'origine des tremblements de terre, intervient dans les éruptions volcaniques et dans les glissements, effondrements et émergences de montagnes, autant de phénomènes déterminants dans la diversité des paysages de vigne.

En complément de la morphologie, la nature et la couverture du sol participent parfois à une identité paysagère : blancheur de la craie, tapis de galets ou de schistes, aspect verdoyant de l'enherbement ou coloré des fleurs – autant de diversités qui enrichissent les paysages de nos terroirs. La température moyenne, au cours du cycle de la vigne, les variations entre le jour et la nuit, l'ensoleillement, la pluviométrie, la présence de brouillard ou d'embruns marins et le régime des vents sont autant de facteurs qui influencent la vigne ainsi que la végétation associée au terroir. Le climat, qui détermine également le choix de l'architecture de la vigne, est un facteur important de la typicité des paysages.

Pour ne prendre qu'un seul exemple, il y a 65 millions d'années, les Vosges et la Forêt-Noire étaient rassemblées dans un massif de près de 3 000 mètres d'altitude. Puis l'émergence des Alpes créa deux lignes de cassure parallèles avec un effondrement de la zone entre ces deux fractures qui fut envahie par la mer. Un peu plus tard, le Rhin creusa une vallée entre ces deux fractures avec des apports d'alluvions. Les vignobles sont majoritairement positionnés sur les collines sous-vosgiennes, entre la plaine du Rhin et les Vosges. Par effet de

fœhn, les vents humides s'assèchent sur le versant ouest des Vosges et apportent un air sec et chaud dans la plaine. L'ensoleillement est de 1 800 h/an du côté de Colmar, et la pluviométrie est faible : entre 500 et 650 mm/an.

Le paysage témoin de l'histoire des hommes

Dès la naissance de l'agriculture, la vigne a fait l'objet de protections divines par le biais de cultes associés à la production agricole. Les Grecs ont développé des rituels dionysiaques de la vigne et du vin qui trouvent probablement leurs racines dans les divinités assyriennes et plus tard égyptiennes. Et dès la fondation des colonies grecques, le culte de Dionysos se répandit en Italie méridionale et en Sicile. Puis, plus tard, c'est la religion chrétienne qui sacralisa l'usage du vin au cours de l'eucharistie. Ce rituel fut un formidable vecteur culturel de la « civilisation du vin ».

L'eucharistie trouve ses racines étymologiques dans le terme grec « *Eukharistia* » (action de grâce). Cette cérémonie sacrée était une façon de prendre en commun son repas avec Dieu par la consommation de viande et de vin. Selon les préceptes chrétiens, ce sacrement fait référence à la mémoire de Jésus, qui a partagé un repas avec ses disciples avant de mourir. D'où la nécessité de disposer de vin au cours de la messe.

La chute de l'Empire romain fut suivie de plusieurs siècles de troubles et d'invasions pendant lesquels les dynasties franques des Mérovingiens (486-751) et des Carolingiens (751-987) ne réussirent à imposer que de brèves périodes de calme, laissant l'Église s'affirmer comme le principal support de stabilité. Monastères et abbayes devinrent alors des centres d'érudition et des pôles artistiques tout en régissant de vastes domaines agricoles et viticoles. Les monastères ont contribué à développer la vigne dans la plupart des régions européennes grâce notamment aux connaissances des moines sur l'art de cultiver la vigne (choix des plants, taille, terroir) et d'élaborer le vin. À titre d'exemple, en France, ces communautés religieuses ont contribué au développement de nombreux vignobles réputés. Il est utile de rappeler par exemple l'importance des moines de Cluny en

Bourgogne, de Marmoutier près de Vouvray, de Côteaux au clos de Vougeot, de Sainte-Bénigne à Dijon, de Maizière à Pommard ou de Bourgueil en Touraine, sans oublier ni les chevaliers de Stérinberg créateurs de l'Ermitage, ni Dom Pérignon, procureur et cellérier de l'abbaye d'Hautvillers qui a joué avec d'autres moines champenois un rôle central dans la naissance du champagne. Signalons aussi que la région parisienne comportait autrefois un vignoble important (Montmartre, Argenteuil, Medont, Belleville, Ivry) développé par les abbayes de Saint-Germain-des-Prés et Saint-Denis.

Paysages et savoir-faire

Le parcellaire viticole, très fragmenté, participe à un effet de mosaïque, de *patchwork* mis en valeur par les couleurs automnales du feuillage des arbres, bosquets et autres supports végétaux qui constituent des points d'ancrage du regard. Le mode de conduite de la vigne détermine des alignements réguliers, dédoublés, des nuances mouchetées, ondulées qui façonnent le détail d'une sculpture naturelle.

L'architecture de la vigne, qui résulte souvent d'un savoir-faire empirique développé pour s'adapter à des conditions géomorphologiques et climatiques pour un type de vin souhaité, constitue parfois un élément spécifique et emblématique de l'identité d'un terroir. Historiquement, deux influences majeures ont cohabité. Le Proche-Orient et les Grecs ont développé des conduites du type « couverture » ou « rampant », avec des rameaux qui couvrent le sol et protègent aussi les raisins du soleil brûlant. Les « gobelets » sans soutien issus de ces civilisations ont longtemps dominé, avant la mécanisation, dans le bassin méditerranéen. La civilisation romaine, par les Étrusques, a introduit une forme de palissage ou de pergolas, la vigne étant tenue par des pieux ou des traverses. L'utilisation de pierre locale (schiste) apporte une dimension patrimoniale qui établit un lien entre le végétal et l'origine géologique locale.

Les Étrusques ont également initié le développement de la vigne « canopée » avec des arbres support, à l'image de la région du Vihno Verde au Portugal. Au Brésil, le vignoble développé par les

Italiens à la fin du XIX^e siècle dans la région du Rio Grande do Sul comporte encore des parcelles agricoles entourées d'arbres tuteurs de vignes. Parfois, ces arbres servent de support de palissage des pergolas, dont les fils porteurs sont maintenus à l'intérieur de la parcelle avec des piquets de schiste. Près de 250 systèmes de conduites différents, répertoriés par Alain Carbonneau et Giovanni Cargnello, témoignent d'une diversité paysagère associée au génie humain⁷.

Par ailleurs, des conditions extrêmement chaudes imposent un système de conduite original, à l'image des vignobles de l'île de Santorin en Grèce, ou de Lanzarote, île espagnole des Canaries. À Lanzarote, la faible pluviométrie et la nécessité de protéger le vignoble des vents sahariens ont donné naissance à une viticulture originale. La couche de sable volcanique (le *picon*), limitée à 20 cm dans le nord de l'appellation, peut atteindre plus de deux mètres en son centre. Les vigneron y ont donc creusé de grands trous coniques au fond desquels les ceps ont une chance d'atteindre le sol originel. En outre, l'excavation favorise le recueil de la rosée, aussi faible soit-elle, et des rares pluies, que la pierre volcanique poreuse s'empresse d'absorber. Afin de parfaire la protection contre le vent, un muret semi-haut d'environ 70 cm entoure chaque cep.

Conclusion

De la diversité des reliefs et des climats naît une grande variété de paysages. L'esthétique de la vigne manifeste la subtile harmonie que l'homme a su établir avec la nature. Les paysages de vigne de notre planète témoignent d'une admirable diversité géologique et d'une fascinante histoire culturelle de la vigne et du vin.

Si la connaissance et la gestion des terroirs a longtemps relevé de l'approche agronomique, le lien entre le sol et la typicité des vins ainsi que l'intégration à la réflexion du concept de durabilité justifient le développement d'une vision patrimoniale. L'écosystème culturel à l'origine du paysage est fragile. La modernité, dans son ap-

7. Voir Alain Carbonneau et Giovanni Cargnello, *Architectures de la vigne et systèmes de conduite*, Malakoff, Dunod, 2003.

proche fonctionnelle et individualiste de la vigne, a souvent occulté ces richesses patrimoniales léguées par les anciens, héritage parfois perçu comme une contrainte face aux évolutions technologiques et aux impératifs économiques. Sachons protéger et transmettre à nos enfants ce patrimoine esthétique, mémoire d'intelligence, de sensibilité, de sueur et parfois de combats. C'est un capital qu'il convient de connaître, de préserver et de valoriser, si l'on veut pérenniser la culture du vin.

Au-delà des outils de protection juridique, la « labellisation » des zones viticoles contribue à la valorisation des territoires qui développent un projet paysager associé à des actions locales collectives de sensibilisation, de formation et de promotion. Le classement d'une quinzaine de régions au « patrimoine de l'humanité UNESCO » témoigne de la valeur esthétique et historique de nos paysages de vigne. Comme le souligne l'UNESCO,

nos patrimoines culturels et naturels sont deux sources irremplaçables de vie et d'inspiration. [...] Ce qui rend exceptionnel le concept de patrimoine mondial est son application universelle. Les sites du patrimoine mondial appartiennent à tous les peuples du monde, sans tenir compte du territoire sur lequel ils sont situés⁸.

Parallèlement, la construction des chais, au-delà des aspects strictement fonctionnels, s'inscrit très souvent dans une démarche originale d'architecture, expression d'une culture (voire d'une philosophie) destinée à exprimer auprès du public une singularité, l'image d'un vigneron, d'un négociant ou d'un groupe de producteurs. Certaines caves, traditionnelles ou modernes, sont ainsi de véritables œuvres d'art qui s'intègrent dans les valeurs patrimoniales du territoire.

Joël Rochard

Institut français de la vigne et du vin

8. Voir en ligne : <https://whc.unesco.org/fr/160/> (consulté le 21 juillet 2019).

Le champagne entre terroir et industrie : le périlleux équilibre entre quantité et qualité

Selon les époques, les vins de Champagne ont privilégié une approche centrée tantôt sur les progrès de la viticulture, tantôt sur ceux de l'œnologie. Ce balancement a fait varier au cours du temps l'identité du champagne : vin « naturel » issu d'un terroir délimité ou vin industriel « fabriqué ». Il s'est accompagné d'une réflexion à toutes les époques sur les moyens de combiner quantité et qualité, satisfaction d'une demande toujours croissante et conservation d'une image de rareté et de luxe.

Le vignoble de Champagne, une première réputation forgée par une révolution viticole au XVII^e siècle

Le vignoble de Champagne a connu sa première grande réputation pour ses vins tranquilles pendant la seconde partie du XVII^e siècle et au cours du XVIII^e siècle, grâce à une révolution des pratiques viticoles¹. On voit alors des ecclésiastiques s'intéresser à leur domaine viticole et aux moyens d'en améliorer la qualité. Certains publient des traités rendant compte de leurs expériences. Parmi les plus célèbres, Jean Godinot², chanoine mis à l'écart par l'Église pour ses convictions jansénistes, qui trouve sans doute là un moyen de tromper son ennui. Des propriétaires bourgeois comme Nicolas Bidet³ participent aussi au mouvement, et commencent à contrôler de plus près leurs métayers. Sans doute tirent-ils les leçons du déclin qualitatif qu'ont connu les vignobles de l'Orléanais et d'Île-de-France, qui, à force de

-
1. Voir Benoît Musset, « Le vignoble malade des vigneron », dans Serge Wolikow (dir.), *La Construction des territoires du champagne*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2013, p. 51.
 2. Voir Jean Godinot, *Manière de cultiver la vigne et de faire les vins en Champagne*, Reims, Multeau, 1718.
 3. Voir Nicolas Bidet, *Traité sur la nature et sur la culture de la vigne ; sur le vin, la façon de le faire et la manière de le bien gouverner*, Paris, Savoye, 1759.

pousser à la quantité pour suivre la demande urbaine croissante, ont perdu leur réputation⁴.

Ces propriétaires sélectionnent davantage les cépages, écartent les plus grossiers comme le gouais pour privilégier les plus nobles comme le morillon, futur pinot noir⁵. Ils mettent fin au complantage ainsi qu'au pacage des bêtes dans les vignes, et procèdent à plusieurs vendanges pour obtenir la meilleure maturité. Ils imposent également des tailles plus courtes, et modèrent l'usage des fumures⁶. Déjà ils identifient les meilleurs terroirs et les particularités des vins qu'ils produisent. Jean Godinot décrit ainsi les vins de la montagne comme « plus durs » mais plus aptes au vieillissement, une caractéristique encore actuelle là où les pinots noirs dominent. Les vins de la rivière sont au contraire plus légers, « plus gracieux, plus entrants », mais vieillissent moins bien⁷...

Benoît Musset souligne que les progrès dans le domaine de l'œnologie sur la période sont plus limités⁸. On notera cependant deux innovations fondamentales. La première est la capacité, grâce à un pressurage délicat, à obtenir des vins blancs à partir de raisin noir⁹ : cette innovation va sonner la fin des vins claires et émanciper la Champagne du modèle bourguignon. La seconde révolution œnologique sera ce que l'on appelait à l'époque la « mousse », et viendra de là où on ne l'attendait pas. Jean-Robert Pitte souligne que l'effervescence dans les vins de Champagne est le fruit de la rencontre de deux facteurs : le caractère septentrional de la région, qui, avec les froids précoces, coupe la première fermentation avant qu'elle ne soit achevée ; et l'habitude nouvelle au XVII^e siècle des marchands anglais de tirer les vins en bouteilles pour mieux les conserver. La

4. Voir Gilbert Garrier, *Histoire sociale et culturelle du vin*, Paris, Larousse, 2008, p. 103.

5. Voir Serge Wolikow (dir.), *La Construction des territoires du champagne*, op. cit., p. 16.

6. Voir Benoît Musset, « Le vignoble malade des vigneron », dans *ibid.*, p. 49-50.

7. Voir Jean Godinot, *Manière de cultiver la vigne et de faire les vins en Champagne*, op. cit., p. 10.

8. Voir Benoît Musset, « Le vignoble malade des vigneron », dans Serge Wolikow (dir.), *La Construction des territoires du champagne*, op. cit., p. 51.

9. Voir Jean Godinot, *Manière de cultiver la vigne et de faire les vins en Champagne*, op. cit., p. 3-4.

fermentation, au lieu de reprendre au printemps dans des tonneaux peu hermétiques, reprend dans des bouteilles qui ne laissent pas le gaz s'échapper. C'est ainsi que le champagne voit le jour dans les années 1660, suscitant un engouement au sein de l'aristocratie anglaise¹⁰. La maîtrise du processus va cependant être très lente et sera le fait des Champenois eux-mêmes.

Toute la question va alors être de savoir à quel moment il faut tirer les vins en bouteilles pour obtenir une effervescence qui ne soit ni trop faible ni trop vigoureuse, afin de ne pas provoquer l'explosion des flacons. Pour cela, il faut être à même de connaître les quantités de sucre qui restent dans le vin. Au XVIII^e siècle, le seul outil dont on dispose est la dégustation. Or, tout dégustateur sait à quel point l'évaluation du sucre est difficile, les différences d'acidité suffisant souvent à fausser l'appréciation. Les taux de casse sont par conséquent très importants¹¹.

Très vite, on ne joue plus seulement sur la date de tirage pour réussir la seconde fermentation. D'autres procédés apparaissent au XVIII^e siècle. Le premier, pour réduire la quantité de sucre encore présente, consiste à ajouter des vins vieux dont on est certain que la fermentation a été complète et donc la quantité de sucre résiduelle inférieure¹². On peut sans doute y voir la première origine des mélanges de différentes années qui donneront naissance au brut sans année.

À l'inverse, si on juge que le vin n'a plus assez de sucre pour permettre une seconde fermentation, vers la fin du XVIII^e siècle, on prend aussi l'habitude d'ajouter du sucre sous la forme d'une liqueur au moment du tirage. Mais, là encore, on ignore souvent la quantité optimale qu'il faut ajouter, ne connaissant pas la quantité résiduelle demeurant dans le vin¹³.

10. Voir Jean-Robert Pitte, *La Bouteille de vin, histoire d'une révolution*, Paris, Tallandier, 2013, p. 72.

11. Voir Edme-Jules Maumené, *Indications théoriques et pratiques sur le travail des vins et en particulier sur celui des vins mousseux*, Paris, Victor Masson, 1858, p. 412.

12. Voir *ibid.*, p. 411-412. Maumené cite des notes datant des années 1770 du fondateur d'une maison rémoise.

13. Voir Émile et Camille Manceau, *Traité du vin de Champagne. Historique, évolution de la préparation du vin mousseux*, Épernay, Henri Villers, 1916, p. 16.

Jusque dans les années 1830, le champagne est donc une spéculation risquée, dans laquelle les négociants n'engagent jamais l'intégralité de leur fortune. Ceux qui pratiquent ce commerce continuent à vendre par ailleurs des vins tranquilles ou investissent dans l'industrie textile. Le champagne, compte tenu de son coût de production, constitue un article de très grand luxe, rare et réservé à la haute aristocratie. La production à la fin du XVIII^e siècle atteint à peine quelques centaines de milliers de bouteilles par an¹⁴.

La maîtrise scientifique de la seconde fermentation et l'industrialisation du champagne

Dans les années 1830, un pharmacien de Châlons, Jean-Baptiste François, rédige un traité qui marque la première étape de la maîtrise scientifique de la seconde fermentation. Il met au point une méthode simple pour calculer le sucre résiduel dans le vin. On évacue d'abord l'alcool en chauffant le vin. Puis, en utilisant un densimètre (récemment mis au point par Cadet Devaux), François observe que lorsque l'appareil indique 5 degrés, le vin ne contient plus de sucre, les cinq degrés représentant essentiellement « du ferment », « certains sels » et de « l'acide tartrique ». La seconde fermentation est alors impossible. Il faut que cette densité atteigne 12 degrés, soit environ 7 livres de sucre par pièce de vin, pour obtenir une effervescence optimale. Conscient de l'avancée technique qu'il apporte aux maisons de champagne, Jean-Baptiste François souhaite conserver son procédé secret¹⁵.

14. Voir François Bonal, *Le Livre d'or du champagne*, Lausanne, Éditions Grand Pont, 1984, disponible en ligne : <https://maisons-champagne.com/fr/encyclopedies/histoire-du-champagne/premiere-partie-histoire-du-champagne/chapitre-3-le-xviii-siecle/article/le-commerce> (consulté le 19 juillet 2019).

15. UMC K 5. Jean-Baptiste François, *Traité sur le travail des vins blancs mousseux*, Châlons-sur-Marne, Boniez-Lambert, 1837. – Voici la liste des abréviations que nous employons : AVC pour Association Viticole Champenoise ; CIVC pour Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne ; SCVC pour Syndicat du Commerce des Vins de Champagne ; SGV pour Syndicat Général des Vignerons ; et UMC pour Union des Maisons de Champagne.

De fait, cette innovation va entraîner une chute réelle de la casse. Les négociants vont se spécialiser et commencer à industrialiser la production dès le début des années 1840, où de nombreuses machines apparaissent, que ce soit pour le bouchage, le ficelage, le tirage ou le dosage¹⁶. La production bondit et la consommation s'élargit de l'aristocratie vers la bourgeoisie.

Avec l'influence des négociants allemands (dont on notera qu'ils ont souvent très peu de vignes), plus que jamais, le champagne est un vin de caves. C'est là, grâce à un outillage de plus en plus perfectionné, que le chef de caves est à même de rattraper les défauts éventuels de la matière première qui lui est livrée¹⁷. Ces défauts ne manquent pas, compte tenu des conditions difficiles de la viticulture à cette latitude : raisin immature, pourriture... Le champagne apparaît ainsi comme un vin « fabriqué » davantage que comme un vin « naturel ». Le contenu de la liqueur d'expédition, cette seconde liqueur que l'on ajoute juste avant la commercialisation, donne une idée de la liberté des moyens que se permettaient d'utiliser les chefs de caves pour rééquilibrer leurs produits. Dans son traité de 1858, le chimiste Maumené indique qu'elle pouvait représenter le tiers de la bouteille et contenait des éléments aussi exogènes que l'Esprit de Cognac, le cognac, le kirsch, le vin de Madère, le xérès, l'alcool de framboise, la teinture de Fismes¹⁸... Quant au sucre ajouté pour compenser l'acidité de ces vins souvent très verts, il pouvait atteindre 300 grammes par bouteille¹⁹ ! En somme, ce que l'on appréciait à l'époque dans le champagne, davantage que la vinosité, c'était une boisson rafraîchissante – on la buvait frappée –, effervescente et acidulée du fait de la combinaison de l'acidité et du sucre : soit la recette qui a fait par la suite le succès des sodas. On comprend dans ces conditions

16. Voir Émile et Camille Manceau, « Évolution de la machinerie champenoise » [28 février 1912], dans Émile Manceau, *Céologie champenoise, notes et documents*, Épernay, Chez l'auteur, 1917, p. 247-250.

17. Entretien avec Stéphane Kraxner, Archiviste de la Maison G. H. Mumm, 2019.

18. Voir Edme-Jules Maumené, *Indications théoriques et pratiques sur le travail des vins et en particulier sur celui des vins mousseux*, op. cit., p. 470-472 ; et Charles-Adam Girard, *Documents sur les falsifications de matières alimentaires et sur les travaux du laboratoire municipal*, Paris, Masson, 1885, p. 179.

19. Voir François Bonal, *Le Livre d'or du champagne*, op. cit.

les difficultés qu'aura le champagne à réserver son nom aux vins issus de sa région. Le traité de Maumené sera abondamment cité par les Saumurois dans les procès qui les opposeront dans les années 1880 au Syndicat du Commerce des Vins de Champagne²⁰.

On remarque toutefois que Maumené milite déjà pour limiter l'utilisation de produits autres que le raisin dans l'élaboration du vin, notamment en ce qui concerne l'usage des tanins et des colles qui servent à clarifier les vins. On usait à l'époque de noix de galle et d'alun. Maumené suggère qu'on emploie « le tanin pris dans le raisin », et, à la place de l'alun, « la crème de tartre qui vient aussi du raisin²¹ ».

Si les pertes résultant des secondes fermentations sont désormais plus modérées, elles restent importantes dans la seconde moitié du XIX^e siècle et atteignent encore un dixième de la production des maisons²². En témoigne d'ailleurs la création de secondes qualités pour procurer un débouché à ces prises de mousses manquées : la « tisane de champagne » est ainsi un champagne de faible effervescence dont les Anglais sont grands amateurs²³.

Mû par ce constat, Maumené prend la suite de François et tente d'analyser de nouveaux paramètres susceptibles d'aboutir à une maîtrise accrue de la seconde fermentation. Ses travaux se centrent d'abord sur la température. Grâce à un instrument qu'il a mis au point, l'aphromètre²⁴, qui mesure la pression des bouteilles, il est à même de déterminer lorsque celle-ci devient excessive, entraînant un risque de casse. Le chef de caves peut alors couper la seconde fermentation en transportant rapidement les flacons dans des caves plus profondes et plus froides. Maumené insiste sur l'importance de la gestion de la température des caves. Des températures excessives

20. Voir archives de l'UMC, compte rendu de l'Assemblée générale du SCVC, 13 mai 1886.

21. Edme-Jules Maumené, *Indications théoriques et pratiques sur le travail des vins et en particulier sur celui des vins mousseux*, op. cit., p. 465.

22. Voir *ibid.*, p. 484.

23. Voir archives de la Maison Billecart-Salmon, lettre de la Maison à Monsieur Loffet à Londres, 19 mai 1873.

24. Voir Émile Manceau, « Mesure de la pression dans les vins mousseux », dans Émile Manceau, *Cœnologie champenoise, notes et documents*, op. cit., p. 220.

peuvent rendre les secondes fermentations trop violentes. Or, celles-ci peuvent être modulées grâce à l'ouverture des essors. Maumené souligne en effet que même lorsque la température extérieure est égale à celle de l'intérieur des caves, le courant d'air produit en évaporant l'eau très abondante sur les murs des crayères entraînera une chute de plusieurs degrés de la température²⁵.

Maumené préconise également l'aménagement de gouttières au sol et de plans inclinés dans les caves pour permettre une évacuation du vin lorsque des bouteilles commencent à casser. En effet, si des flaques de vins se forment au pied des tas de bouteilles, la casse augmente très vite, car la fermentation à l'air libre accroît la température du caveau, accélérant la fermentation des autres bouteilles qui n'ont pas encore explosé. La meilleure solution est donc d'arroser les bouteilles avec de l'eau glacée à la fois pour évacuer le vin et pour réduire la température²⁶.

Pour éviter la casse, Maumené a même imaginé le premier système de fermentation en cuve close, « l'aphrophore », « long cylindre argenté à l'intérieur pouvant contenir jusqu'à 32 hectolitres de vin²⁷ », une idée qui sera reprise au début du xx^e siècle par Jean-Eugène Charvat, de l'Université de Montpellier.

Maumené émet enfin une autre hypothèse sur les origines de la casse. Celle-ci ne serait pas liée seulement à un mauvais dosage du sucre, mais aussi à des différences de solubilité du gaz carbonique en fonction de la composition du vin. Lorsque le gaz carbonique ne peut se dissoudre, la pression dans la chambre s'accroît et provoque l'explosion de la bouteille. Maumené donne ainsi la composition idéale du vin pour que cette dissolution soit optimale : taux d'acidité, degré alcoolique²⁸...

Cette hypothèse sera balayée par les œnologues champenois de la fin du xix^e siècle, qui testeront la solubilité du gaz carbonique dans

25. Voir Edme Jules Maumené, *Indications théoriques et pratiques sur le travail des vins et en particulier sur celui des vins mousseux*, op. cit., p. 455-462.

26. Voir *ibid.*, p. 458-461.

27. Émile et Camille Manceau, *Traité du vin de Champagne. Historique, évolution de la préparation du vin mousseux*, op. cit., p. 24.

28. Voir Edme Jules Maumené, *Indications théoriques et pratiques sur le travail des vins et en particulier sur celui des vins mousseux*, op. cit., p. 423-426.

différents vins et concluront que celle-ci ne varie que dans des proportions minimales. Émile Manceau, futur directeur de la station œnologique de Champagne, montre ainsi que si Maumené a raison de s'intéresser aux autres éléments que le sucre composant le vin, ceux-ci n'agissent pas tant sur la dissolubilité que sur l'appétit des levures, dont le chimiste, bien que contemporain de Pasteur, ne reconnaissait pas le caractère d'organismes vivants²⁹.

Émile Manceau montre, à l'appui de sa démonstration, qu'à la fin des secondes fermentations, la quantité de sucre résiduel varie beaucoup (5 à 70 % des quantités présentes au tirage). Il donne des indications sur la composition idéale du vin pour favoriser l'appétit des levures (niveau d'acidité, degré alcoolique, quantité d'azote). Il commence également à comparer l'efficacité de levures issues de différents terroirs (Aÿ, Bouzy, Cramant...), et observe qu'elles procurent des résultats inégaux tant sur le plan de l'effervescence que sur celui du goût³⁰. C'est ainsi qu'à la fin du XIX^e siècle, dans les grandes maisons, on cesse de recourir aux levures indigènes (celles présentes naturellement dans la peau du raisin utilisé) et que l'on commence à les sélectionner. C'est une révolution œnologique majeure qui va libérer les chefs de caves de nombreuses contraintes dont celle de ne jamais ajouter plus d'un tiers de vin de réserve, seuil au-delà duquel il n'existe plus assez de levures pour assurer la seconde fermentation. Désormais, on pourra même faire du champagne en n'utilisant que des vins de réserve³¹. Émile Manceau perfectionne aussi ce dosage de levures sélectionnées, dont il constate qu'au-delà d'un certain seuil, l'action n'est pas plus efficace, mais laisse en revanche un goût désagréable³².

29. Voir Émile Manceau, « Contrôle scientifique de la préparation du vin de Champagne en bouteilles », dans Émile Manceau, *Vinification champenoise*, Épernay, Chez l'auteur, 1929, p. 299-315.

30. Voir Émile Manceau, « Sur la seconde fermentation ou prise de mousse des vins de Champagne » [22 avril 1901], dans *ibid.*, p. 247-250.

31. Voir Émile Manceau, « Contrôle scientifique de la préparation du vin de Champagne en bouteilles », dans *ibid.*, p. 299-315 ; et Jules-Eugène Weinmann, *Manuel du travail des vins mousseux*, Nîmes, Lacour, 1906, p. 34.

32. Voir Émile Manceau, « Sur la seconde fermentation ou prise de mousse des vins de Champagne » [22 avril 1901], dans Émile Manceau, *Vinification champenoise*, *op. cit.*, p. 247-250.

Le phylloxéra et la fraude : le retour d'une identité viticole

Au cours de la période 1890-1935, la Champagne est confrontée à une double crise. D'une part l'arrivée, dans les années 1890, du phylloxéra, qui menace de faire disparaître l'ensemble du vignoble. D'autre part la fraude, c'est-à-dire l'approvisionnement de certains négociants en vins à l'extérieur de la région pour élaborer leurs champagnes. Ces deux crises remettent la viticulture et le rôle du terroir au centre des préoccupations et des recherches. On ajoutera que le goût prononcé des Anglais pour des vins plus secs a peut-être joué un rôle³³.

Face au phylloxéra, la solution du greffage avec des porte-greffes américains résistants au puceron va dans un premier temps être refusée. Dans ce contexte de lutte pour la défense du nom champagne, on craint qu'elle ne donne des arguments aux Américains qui souhaitent appeler leurs effervescents « champagne ». On redoute aussi que cette solution ne transforme trop les qualités organoleptiques des vins champenois³⁴. On préfère l'arrachage systématique des plants contaminés, dont une application rigoureuse est supposée pouvoir endiguer la progression de l'insecte. La préfecture fera même arracher des champs expérimentaux ayant recours aux porte-greffes américains (une mesure que l'on peut toutefois comprendre dans la mesure où, si ces pieds étaient résistants au phylloxéra, ils en étaient aussi le vecteur³⁵).

Dès la fin des années 1890, la méthode dite d'extinction s'avérant inefficace, la solution du greffage est finalement adoptée. Mais la Champagne va devoir structurer pour la première fois sa recherche afin de trouver des porte-greffes adaptés au terroir champenois, et

33. Voir Henry Vizetelly, *A History of Champagne with Notes on the Other Sparkling Wines of France*, London, Henry Sotheran, 1882, p. 164.

34. UMC. Lettre de Gaston Chandon de Briailles au président du SCVC, 8 novembre 1897.

35. Max Buvry, *Une histoire du champagne*, Saint-Cyr-Sur-Loire, Alan Sutton, 2005, p. 44.

notamment au taux très élevé de calcaire, tout en respectant les anciennes qualités organoleptiques des vins de Champagne.

C'est ainsi que naît en 1898 l'Association Viticole Champenoise, qui, immédiatement, suscite un débat. La recherche collective est-elle adaptée à une agriculture où les résultats et les solutions ne sont jamais les mêmes d'un terroir à l'autre ? La recherche privée ne serait-elle pas plus efficace que cet organisme qui risque de se transformer en « pépinière de fonctionnaires³⁶ » et d'être dirigé par un chercheur forcément inféodé aux dogmes de tel ou tel grand professeur d'université ? Les professionnels attendent au contraire de leurs chercheurs une absence totale de préjugés et un très grand pragmatisme. Cette organisation professionnelle issue du négoce préconisera des solutions auprès des vignerons : si les nouveaux pieds de vignes issus de cette recherche ne conviennent pas aux vins effervescents, les négociants pourront difficilement en refuser les raisins... Certes, la recherche collective permet de diffuser à tous les résultats et évite le secret propre à la recherche privée. Mais, en Champagne où toutes les propriétés sont imbriquées, les nouvelles solutions restent rarement secrètes³⁷. Moët & Chandon, dont les capacités financières sont les plus importantes, refuse d'adhérer et mène ses propres recherches, dont elle publie les résultats.

La crise du phylloxéra, combinée aux ravages de la Première Guerre mondiale, va contribuer à déséquilibrer la production du champagne. En effet, pour des raisons qualitatives, les Champenois avaient pensé la replantation de leur vignoble comme un processus progressif³⁸, les jeunes plants de vignes produisant toujours des raisins de moins bonne qualité. D'un côté, on utilisait le sulfure de carbone pour ralentir la progression du phylloxéra et maintenir la production des vieux plants français le plus longtemps possible, de l'autre on entamait la replantation au fur et à mesure avec des plants greffés.

36. UMC. Lettre de Gaston Chandon de Briailles au président du SCVC, 8 novembre 1897.

37. UMC. Lettres de Gaston Chandon de Briailles au président du SCVC, 8 et 16 novembre 1897.

38. UMC, K 2. Projet d'organisation antiphyloxérique adopté par la Chambre Syndicale du Commerce des Vins de Champagne dans sa séance du 29 octobre 1897.

Mais la guerre, en éloignant les vignerons de leurs vignes, empêche les traitements. Le phylloxéra progresse davantage en quatre ans qu'il ne l'avait fait en trente ans. La situation est aggravée par le bombardement des coteaux de la Montagne de Reims³⁹. On aboutira ainsi à une pénurie de raisin dans la deuxième moitié des années 1920⁴⁰. Celle-ci facilitera sans doute l'intégration à la Champagne de l'Aube, que les grandes maisons estimaient jusqu'ici plus proche culturellement de la Bourgogne⁴¹.

Au contraire, lorsque la crise mondiale survient dans les années 1930, la reconstitution est achevée et le vignoble jeune a un très fort potentiel de production, ce qui va aggraver la situation. C'est dans ce contexte que sont mises en place l'appellation et les premières bases de l'organisation interprofessionnelle, lesquelles permettent de réguler à la fois la qualité et la quantité produite en fonction des besoins du marché. Au-delà de la simple délimitation, les règles d'élaboration sont définies : degré minimum du raisin, type de taille, fractionnement au pressurage, durée de vieillissement sur lattes. Chaque année, les représentants du vignoble et du négoce se rencontrent pour fixer le rendement qui aura droit à l'appellation. La surproduction et la chute des prix sont endiguées⁴².

La révolution des produits phytosanitaires dans le vignoble au service de la croissance des ventes de 1945 à 1990

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, la conjoncture s'inverse. La demande explose. De 31 millions de bouteilles en 1950, les ventes passent à plus de 300 millions aujourd'hui⁴³. Une véri-

39. Camille Jules Moreau-Bérillon, *Au pays du champagne, le vignoble, le vin*, Reims, Librairie L. Michaud, 1925, p. 291-292.

40. UMC. Compte rendu annuel du 45^e exercice du SCVC du 1^{er} novembre 1926 au 31 octobre 1927.

41. UMC. Note adressée au Conseil d'État par le SCVC, Reims, 5 juin 1908.

42. Voir Yves Tesson, *Histoire des politiques sociales d'une grande maison de Champagne, la Maison Veuve Clicquot-Ponsardin (1908-1964)*, thèse de doctorat, Université Paris IV, p. 437-444.

43. Statistiques de l'UMC.

table guerre du raisin s'ouvre entre les négociants. Pour suivre cette demande, il faut augmenter les surfaces plantées. Or les vigneron s'y refusent et exigent des garanties, gardant un souvenir amer de la surproduction des années 1930. En 1959 est instauré le contrat interprofessionnel : non seulement le prix du raisin est garanti à l'avance en étant indexé sur celui de la bouteille, mais l'achat sur plusieurs années par les maisons également. En échange, les vigneron acceptent d'élargir la surface plantée. Celle-ci est triplée entre 1945 et 2018⁴⁴.

Le deuxième facteur sera le développement de la chimie, qui multiplie et stabilise les rendements. Les nouveaux fongicides permettent de lutter de manière très efficace contre le mildiou, particulièrement virulent en Champagne compte tenu de l'humidité de la région. L'usage des herbicides évite le travail mécanique de la terre et par conséquent favorise une meilleure vie des sols (plus de lombrics...). L'usage des engrais s'intensifie avec notamment l'emploi des gadoues urbaines. À partir des années 1980, on passe de la sélection massale à la sélection clonale, avec de nouvelles variétés capables de fournir des rendements inédits⁴⁵.

Enfin, le réchauffement climatique favorise la photosynthèse et de meilleures floraisons, donc davantage de fruits. Les vendanges ont lieu plus tôt, la vigne demeure plus longtemps débarrassée de ses grappes tout en conservant ses feuilles, ce qui lui permet de constituer des réserves pour affronter l'année suivante. De rendements annuels de 4 000 kilos, on passe ainsi à une moyenne de 15 000 kilos et parfois bien davantage. En effet, si l'introduction des clones fournit des rendements plus importants, ils sont aussi d'une plus grande volatilité⁴⁶.

Cette augmentation des rendements a-t-elle nui à la qualité ? Sans doute le goût du champagne a-t-il changé : de vin concentré qu'il fallait boire avec un couteau et une fourchette, il est devenu plus léger. Un changement qui arrange le négoce : au lieu d'être saturé à la première coupe de champagne, le client en commandera plusieurs. Le

44. Statistiques de l'UMC.

45. Yves Tesson, Entretien avec Dominique Moncomble, ancien directeur des services techniques du CIVC, février 2018.

46. *Ibid.*

réchauffement climatique a eu un impact très positif : il a réduit l'acidité en procurant des raisins plus mûrs, et c'est en grande partie lui qui explique la réduction considérable de la quantité de sucre ajoutée dans les liqueurs d'expédition⁴⁷ (souvent moins de 8 grammes).

Dans la mesure où les cépages de Champagne ne sont pas des cépages aromatiques, et où l'on recherche d'abord la maturité physiologique (teneur en sucre optimale), on ne connaît pas les mêmes difficultés que dans le Sud, où l'on est souvent obligé d'attendre la maturité des tanins. En effet, cette « maturité phénolique », compte tenu du nouveau contexte climatique, survient désormais bien après la maturité physiologique, alors que le degré est déjà très élevé. Ainsi, dans le Bordelais notamment, pour obtenir une bonne qualité aromatique, on est contraint d'avoir des vins très alcoolisés⁴⁸.

Les traitements contre le mildiou et les insectes prédateurs ont permis de procurer des raisins beaucoup plus sains à la vendange, ce qui explique notamment la disparition de pratiques comme l'épluchage. Mais, dans la période des années 1960 et 1970 où la demande demeure supérieure à la production, il est certain que le vigneron n'est pas poussé à la qualité mais à la quantité⁴⁹. Avec le contrat interprofessionnel, le négociant s'étant engagé à lui acheter en toute circonstance son raisin, il ne risque pas de voir son raisin refusé au vendangeoir pour des raisons qualitatives.

De 1982 à 2010, l'augmentation des rendements a au contraire un impact très positif sur la qualité. En effet, grâce au nouveau bon engendré par les clones, la production en raisin excède désormais la demande. Le rendement fixé chaque année est très inférieur à la production réelle. Les professionnels peuvent par conséquent davantage sélectionner les raisins⁵⁰. De même, au pressurage, on n'hésite pas à écarter de plus en plus les tailles (les jus de moins bonne qualité qui arrivent à la fin de la presse) pour se contenter de la cuvée. En 1992,

47. Yves Tesson, Entretien avec un ancien chef de caves, 2013.

48. Yves Tesson, Entretien avec Dominique Moncomble, février 2018.

49. UMC, R 2/7. Jean-Marie Ducellier, « La situation du commerce des vins de Champagne, bilans et perspectives d'avenir », 1972, p. 9.

50. Yves Tesson, Entretien avec Dominique Moncomble, février 2018.

la réglementation abaisse même le rendement au pressurage⁵¹ (litres de jus autorisés pour une quantité de kilos de raisins donnée).

La création de la réserve qualitative a elle aussi marqué un grand progrès. Elle permet au vigneron ayant atteint le rendement maximal fixé par l'interprofession de conserver une part de son surplus de vins et de le réutiliser les années suivantes lorsque sa récolte est insuffisante pour atteindre le plafond réglementaire. Ce système apporte une sécurité au vigneron, qui ne cherche plus à tout prix à obtenir chaque année le nombre de kilos autorisé par hectare en usant trop abondamment des engrais et des produits phytosanitaires⁵².

Si dans l'ensemble la qualité s'améliore, on dénonce une standardisation du goût. L'utilisation des clones réduit la diversité génétique et donc gustative⁵³. Avec l'usage excessif des engrais, les racines des cepes demeurent en surface, y trouvant toute la nourriture nécessaire, de telle sorte que la diversité des sols champenois et celle de l'échelle des crus ont moins d'impact⁵⁴. Enfin, les maisons de champagne utilisent souvent les mêmes levures sélectionnées issues des mêmes laboratoires. Or la levure, on l'a vu, a un impact certain sur le goût.

À cela s'ajoute l'émergence des problématiques environnementales : les gadoues urbaines contribueraient à la pollution en métaux lourds des sols. Or sur le marché américain, dans les années 1990, les taux de plomb admis dans les vins sont de plus en plus bas. L'usage des produits phytosanitaires, plus important que dans les autres régions, suscite aussi des réactions. Ce surcroît est lié au contexte climatique, mais aussi à la richesse des vigneron de la région, très bien rémunérés pour leur raisin et qui peuvent trop facilement acheter ces produits⁵⁵.

Un constat s'impose : autant l'œnologie est arrivée à un point de grande maîtrise, avec l'agrémentation des pressoirs, l'usage des cuves en inox thermorégulées depuis les années 1960, le contrôle des fer-

51. SGV. Compte rendu de la réunion du 7 juillet 1992 de la commission consultative du CIVC.

52. Yves Tesson, Entretien avec Ghislain de Montgolfier, juin 2015.

53. Yves Tesson, Entretien avec Denis Blée, chef du vignoble de la Maison Billecart-Salmon, 2017.

54. Villa Bissinger, Interview de Raymond Laurent par Rachel Payan, 15 août 2005.

55. Yves Tesson, Entretien avec Dominique Moncomble, février 2018.

mentations malolactiques dans les années 1980, ou encore le travail sur l'oxydation dans les années 2000 (*jetting*), autant la viticulture, qui s'est trop focalisée sur les questions quantitatives, apparaît en retard. Une des conséquences est que le champagne est de moins en moins perçu comme un vin, et davantage comme une boisson festive.

Les moyens mis en œuvre pour lutter contre la standardisation du goût depuis le début des années 1990

Pour lutter contre cette standardisation, certains vignerons et certaines maisons, accompagnés par le CIVC, reviennent aux sélections massales. On observe aussi le retour du charrutage, dont l'une des vertus est de couper les racelles de surface tout en mélangeant les amendements, ce qui oblige les vignes à redescendre en profondeur pour trouver leur nourriture. La spécificité des crus ressort ainsi à nouveau⁵⁶.

Du point de vue environnemental, la viticulture biologique est difficilement applicable : la région est trop au nord, et les récoltes seraient très irrégulières. La viticulture biologique n'est d'ailleurs pas exempte de critiques : « biologique » ne signifie pas « écologique », et l'usage abondant de cuivre comme fongicide à la place de produits chimiques pollue les sols et les stérilise. Cependant, les principes d'une viticulture raisonnée sont mis en place. Plutôt que l'usage des herbicides, on privilégie l'enherbement. Pour les pesticides, on emploie contre certains papillons la confusion sexuelle. Depuis les années 2000, le traitement de 100 % des effluents de pressoirs est désormais assuré⁵⁷.

En 1998, les gadoues urbaines sont prohibées. Toutefois, on ne parviendra pas à démontrer leur impact sur la teneur en métaux lourds des vins. En effet, pour identifier les facteurs qui peuvent contribuer à augmenter cette teneur, un vaste programme de recherche sera mis en place dans les différentes régions viticoles *via* des

56. Villa Bissinger, Interview de Raymond Laurent par Rachel Payan, 15 août 2005.

57. Yves Tesson, Entretien avec Dominique Moncomble, février 2018.

subventions de l'ONIVINS. Dans la région des Côtes du Rhône, la recherche se polarisera sur l'impact de la pollution des eaux fluviales par les industries chimiques sur le vignoble. Dans le Cognac, on se penchera sur le plomb contenu dans le cristal. Dans la Marne, c'est à l'étude de la composition des raisins et des vins issus de sols enrichis par des gadoues que le CIVC se consacrera⁵⁸.

En Champagne, le résultat de ces recherches a montré un impact quasi nul : on ne trouvait ni dans les racines, ni dans les sarments, ni dans les raisins, ni dans le vin, des quantités de métaux lourds significativement supérieures à celles découvertes dans des vignes indemnes de gadoues depuis trente ans. En analysant les sols, on s'apercevait qu'on relevait effectivement un taux de métaux lourds un peu plus élevé, mais sur la partie supérieure, donc là où les racines ne viennent pas puiser. Et même lorsque ces sols étaient retournés et que les métaux atteignaient les profondeurs, l'impact sur le vin était quasi indétectable⁵⁹.

En ce qui concerne la vie des sols, si on s'appuie sur les indicateurs de la masse microbienne et de la quantité de lombrics, les sols compostés avec des gadoues donnaient les meilleurs résultats, tandis que les sols les moins vivants étaient parfois les sols des vignes « bios », pauvres en matières organiques et trop riches en cuivre. Les gadoues permettaient par ailleurs de limiter considérablement l'érosion des sols, problème majeur sur les coteaux champenois très pentus⁶⁰.

En somme, on ne pouvait adresser que deux critiques aux gadoues : un apport en azote parfois trop important les deux premières années, amenant la production de raisins trop gros et plus propices à la pourriture ; une pollution visuelle avec notamment les résidus de plastique haché. Mais aucun argument technique ne permettait leur interdiction⁶¹.

Cette question des gadoues est emblématique de l'approche des journalistes des questions viticoles. Les gadoues urbaines furent médiatisées par l'actrice Anémone, qui prétendit sur un plateau de télé-

58. *Ibid.*

59. *Ibid.*

60. *Ibid.*

61. *Ibid.*

vision faire un métier dangereux : elle était obligée de boire beaucoup de champagne dont le raisin poussait sur des décharges. Les journalistes se ruèrent sur le sujet. Aucun ne reprit les conclusions des recherches menées sur le problème, et aucun n'entreprit d'envisager la question de manière plus large : qu'advierait-il de ces déchets si on ne les épandait pas ? On les brûlerait, et quel serait le bilan carbone ? L'image d'un produit de luxe ne pouvant souffrir pareille polémique, les professionnels interdirent immédiatement l'usage de ces gadoues. Mais cette décision du CIVC fut l'une des rares à ne pas être signée par le commissaire du gouvernement, compte tenu du désaccord du ministre de l'Environnement⁶².

Côté œnologie, peu de maisons souhaitent revenir aux levures indigènes : les risques de vinifications et de secondes fermentations défectueuses sont trop élevés. En réalité, les goûts différents que certains vigneronns se targuent d'obtenir sont pour les œnologues des goûts de raté, « des goûts de pas net⁶³ ». Ainsi, les levures sélectionnées ne participent certes pas directement à la variété des saveurs, mais au moins elles n'empêchent pas l'expression des différents types de sols, et c'est sur ceux-ci que les professionnels miseront pour assurer le maintien de la diversité⁶⁴.

De ce point de vue, une forme de rééquilibrage va s'opérer entre viticulture et œnologie. La conception des chefs de caves change : de médecins du vin, ils deviennent de simples éducateurs dont le rôle se réduit à réaliser au mieux le potentiel du raisin qui leur sera livré. Dans ces conditions, la qualité du raisin redevient centrale⁶⁵.

Les œnologues vont donc se mettre au service de la diversité retrouvée des terroirs champenois. Tout en continuant à procéder à de larges assemblages, ils privilégient des cuves de plus en plus petites afin de vinifier chaque parcelle à part et de donner au chef de caves la plus large variété de notes dans ses compositions⁶⁶. Cette mutation se

62. *Ibid.*

63. Yves Tesson, Entretien avec Didier Gimonet (vigneron), 2017.

64. Yves Tesson, Entretien avec François Domi, chef de caves de la Maison Billecart-Salmon, mars 2017.

65. *Ibid.*

66. *Ibid.*

traduit aussi par un changement dans la gestion des maisons : alors que les mondes des caves et des vignes était jusqu'ici cloisonné, on verra pour la première fois les chefs de vignes participer aux dégustations d'assemblage aux côtés des chefs de caves⁶⁷.

On s'aperçoit enfin que si la vinification dans les cuves en inox a apporté un gain de maîtrise, elle a uniformisé le processus d'élaboration, d'où le grand retour de la vinification sous bois à partir des années 1990. Mais le fût n'est plus comme autrefois un simple contenant, il est pensé comme un véritable acteur de la vinification. Choix du tonnelier, choix du bois, niveau de cuisson du bois... autant de paramètres qui permettent de réintroduire de la diversité, mais aussi de l'aléatoire dans les processus de production. D'autres contenants sont étudiés comme les cuves en terre cuite ovoïdales, dont on apprécie la porosité favorable à la micro-oxydation (laquelle permet d'arrondir les polyphénols), ainsi que la résonance différente, qui agira sur les mouvements de convection⁶⁸...

Ces changements s'accompagnent d'une réorientation de la stratégie de communication visant à passer « du champagne » aux « champagnes ». C'est dans cette perspective que fut mis en œuvre le projet interprofessionnel « Les mots pour le dire » dans les années 1990. Le constat était le suivant : le discours sur le champagne était trop centré sur les dimensions techniques et pas assez sur le goût. On proposa donc aux professionnels une nouvelle grille d'analyse des champagnes, qui devaient être classés en fonction de quatre pôles différents : cœur, corps, âme, esprit, tandis qu'un second tableau établissait les mets avec lesquels ils s'accordaient le mieux, et un troisième les circonstances qui convenaient à leur dégustation (repas gastronomique, célébration...). En apparence très intellectuel, le principe suscita au début une réticence chez les chefs de caves, mais la concordance des analyses menées à la suite de dégustations à l'aveugle démontra la pertinence de la démarche. Cette nouvelle approche permit de sortir le champagne de l'apéritif et de la célébration dans

67. Yves Tesson, Entretien avec Denis Blée, chef de vignes de la Maison Billecart-Salmon, mars 2017.

68. *Ibid.*

lesquels il s'était enfermé, pour reconquérir la gastronomie. En soulignant la diversité des champagnes, elle permettait aussi de mettre en valeur la diversité retrouvée des terroirs et de sortir de l'image de standardisation liée à l'industrialisation de la période précédente⁶⁹.

Les nouveaux défis du vignoble

Depuis les années 2010, une inquiétude a gagné le vignoble, celle d'une nouvelle baisse du rendement. Celle-ci n'est pas encore visible, car les rendements restent supérieurs au plafond fixé annuellement par l'interprofession. Elle est liée au vieillissement du vignoble (15 ans en 25 ans), mais aussi aux maladies de dégénérescence de la vigne contre lesquelles on peine à trouver des traitements efficaces. La plus dangereuse d'entre elles est le court-noué. La recherche s'est orientée vers des systèmes de vaccination en recourant à l'insémination de souches hypovirulentes. Cette solution avait au départ été abandonnée car jugée inefficace, mais on s'est aperçu qu'elle fonctionnait sur un vignoble de Châteauneuf. La raison était simple : pour que l'opération soit un succès, il faut prélever les souches hypovirulentes sur des pieds de vignes proches génétiquement de ceux auxquels on les applique⁷⁰.

La recherche variétale offre aussi des solutions potentielles grâce à des sélections de porte-greffes plus résistants. Une nouvelle variété mise au point à Montpellier a donné des résultats intéressants, mais elle ne résiste pas à la chlorose, et n'est donc pas adaptée aux sols crayeux champenois⁷¹. Les OGM figurent enfin parmi les solutions prometteuses. Clin d'œil de l'histoire, tout comme les premiers plants de vignes greffés dans les années 1890 pour lutter contre le phylloxéra, les plants de l'INRA Colmar ont été arrachés par des militants.

L'esca constitue une deuxième menace. Cette fois il ne s'agit pas d'un virus, mais d'un champignon. Parmi les hypothèses émises pour

69. Yves Tesson, Entretien avec Dominique Moncomble, février 2018.

70. *Ibid.*

71. *Ibid.*

expliquer son développement, on évoque le greffage (qui fragilise les pieds de vignes), et plus particulièrement la taille Omega, la plus facile à mécaniser mais la moins sûre. Elle provoquerait des problèmes de rupture de sève⁷².

Cette baisse des rendements combinée à une saturation des terroirs disponibles au sein de l'appellation pourrait poser des problèmes à terme, si la demande continuait à augmenter. En effet, le discours actuel consiste à dire que la Champagne ne doit plus chercher à gagner en quantité, mais seulement en valeur. En réalité, il faut une certaine visibilité pour conserver la valeur, et cette visibilité est conditionnée par une certaine quantité qui permet de maintenir une présence sur tous les rayonnages de la planète. Pour Dominique Moncomble, ancien directeur de l'AVC, cela pourrait amener un jour la profession à revenir aux clones développés dans les années 1990, qui avaient été abandonnés car trop productifs⁷³.

Yves Tesson

Chercheur associé au Centre Roland Mousnier (UMR 8596)

72. *Ibid.*

73. *Ibid.*

Le vin de Champagne en Alsace au XVIII^e siècle

Introduction

Pays viticole ayant connu son heure de gloire à l'époque médiévale quand, par l'Ill et le Rhin, ses vins irriguaient toute l'Europe septentrionale, de l'Angleterre à la Russie en passant par les Flandres et le Danemark, l'Alsace bascule politiquement à la suite du traité de Westphalie en 1648¹. Alors qu'elle était, jusque-là, la partie méridionale du Saint-Empire romain germanique, donc un midi ensoleillé propice à l'élaboration de vins de qualité, elle entre dans le giron de la monarchie française. Elle devient, pour les Français, une région orientale, considérée même comme septentrionale, où règnent neiges, pluies et brouillards².

L'entrée de l'Alsace dans la France signifie surtout pour cette province un devenir de pays-frontière, où les indigènes qui parlent l'alsacien ou l'allemand deviennent suspects de complicité avec l'ennemi en cas de guerre. Toute personne de vieille France à la recherche de places à prendre dans cette nouvelle Amérique s'y sent dépaycée par la culture et la boisson. Le vin blanc produit dans la région ne peut satisfaire ni un gosier habitué à un breuvage plus charpenté ni des yeux charmés par le rouge vinique³. Pour cette nouvelle société, s'ancrant de plus en plus au fil des décennies dans la région, il ne saurait être question de se passer d'un vin non alsacien⁴.

-
1. Voir Médard Barth, *Der Rebbau im Elsass*, Strasbourg, Éditions Le Roux, 1958 ; et Jean-Michel Boehler, *Une société rurale en milieu rhénan. La paysannerie de la plaine d'Alsace (1648-1789)*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, 1995.
 2. Voir Claude Muller, *Les Vins d'Alsace. Histoire d'un vignoble*, Strasbourg, Éditions Coprur, 1999 ; *Alsace. Une civilisation de la vigne du VIII^e siècle à nos jours*, Nancy, Éditions Place Stanislas, 2010 ; et *Le Dictionnaire des vins d'Alsace*, Pontarlier, Éditions du Belvédère, 2012.
 3. L'Alsace produit majoritairement du vin blanc. Mais la présence du vin rouge est attestée à toutes les époques, sans qu'il soit possible de déterminer la proportion respectée de l'un et de l'autre. Voir Claude Muller, *Alsace. Une civilisation de la vigne*, *op. cit.*, p. 155-156.
 4. Voir Roger Dion, *Histoire de la vigne et du vin en France*, Paris, Flammarion, 1977.

Le dépouillement des archives notariales alsaciennes permet de saisir non seulement l'avancée du bourgogne⁵, qui n'a que le pays de Besançon et de Belfort à franchir pour venir en voisin, mais aussi la percée du champagne, malgré la présence du massif vosgien, obstacle géographique en réalité aisément franchissable. Présentons donc le résultat d'un dépouillement non exhaustif, en évoquant dans une première partie la présence du champagne dans les caves alsaciennes, avant d'en souligner les caractéristiques et l'originalité.

Une présence attestée

« Depuis plus de vingt ans, le goût des Français s'est déterminé au vin mousseux et on l'a aimé pour ainsi dire jusqu'à la fureur. » Ces propos du chanoine rémois Jean Godinot, auteur d'un *Manuel de cultiver la vigne et de faire le vin en Champagne et ce qu'on peut imiter dans les autres provinces pour perfectionner les vins*, datent de 1718⁶. Ils rendent compte d'un engouement pour une boisson nouvelle, le vin effervescent champenois⁷ obtenu sur la base d'une double fermentation, lequel concurrence le vin tranquille. Peut-on cerner les amateurs de la nouveauté ?

La noblesse et l'air du temps

Débutons par la présentation de quatre actes notariés concernant des nobles. Dans les deux premiers, remarquons l'absence du champagne. Montclar, lieutenant général des armées du roi, maître de camp général de la cavalerie légère de France, laisse, à son décès,

5. Voir Claude Muller, « La pénétration des vins de Bourgogne en Alsace au XVIII^e siècle », dans Serge Wolikow et Olivier Jacquet (dir.), *Bourgogne(s) viticoles : enjeux et perspectives historiques d'un territoire*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2018, p. 185-198.

6. Bibliothèque François Mitterrand, Département sciences et techniques, S-6705, p. 31.

7. Voir Patrick Demouy et Marie-Hélène Morell (dir.), *De la vigne en Champagne au vin de Champagne*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2013, p. 18-20 ; André Garcia, *Les Vins de Champagne*, Paris, Presses Universitaires de France, 1997 ; et Benoît Musset, *Vignobles de Champagne et vins mousseux (1650-1830). Histoire d'un mariage de raison*, Paris, Fayard, 2008.

selon l'inventaire du 29 avril 1690, deux pièces de vin de l'Hermitage (estimées 150 livres) et un demi-foudre de vin de Communay « qui a un méchant goût de tonneau » (48 livres), soit deux vins de la vallée du Rhône⁸.

L'inventaire après décès d'Antoine d'Andlau, lieutenant-colonel de cavalerie, époux de Marie Anne de Klinglin, commence le 21 mars 1730 pour s'achever le 3 avril 1730. Le seigneur de Valff, Reichsfeld et Duttlenheim empile tonneaux et vins dans trois caves différentes. À Strasbourg, le notaire note la présence de vingt tonneaux tous remplis de vins rouge et blanc, parfois millésimés de 1719 et 1726. À Andlau, quatre tonneaux renferment du vin rouge, cinq du vin blanc. À Landau, six tonneaux contiennent encore du vin rouge et blanc. Antoine d'Andlau possède par ailleurs onze pièces de vigne⁹.

Si le champagne brille par son absence dans le premier tiers du XVIII^e siècle, il finit par apparaître plus tardivement. Les vins du maréchal de camp Charles, baron de Guntzer, sont répertoriés le 16 juin 1774 par le tonnelier Jean Gimpel. Dans sa liste¹⁰, relevons des dizaines de mesures de vin blanc d'Alsace, quatre fûts de vin de Bourgogne, soixante-dix bouteilles de vin de Champagne (estimées 70 livres), trente-six bouteilles de vin de Chypre et cent bouteilles « de petit bourgogne » (80 livres). L'inventaire achevé, des vins sont proposés à une vente aux enchères le samedi 29 octobre. Partent huit bouteilles de *champagne blanc* (20 livres) et six bouteilles de *champagne rouge* (10 livres), ainsi que six bouteilles de vin de Champagne sans autre précision.

Le 3 septembre 1779, le notaire débute l'inventaire de succession de François Antoine, baron de Zuckmantel de Brumath, maréchal des camps et ambassadeur, directeur du directoire du corps de la noblesse immédiate de Basse-Alsace, dans sa maison sise Grand'Rue à Strasbourg. Dans la cave, il voit une vingtaine de tonneaux et relève la présence, entre autres, de cent dix-neuf bouteilles de champagne (297 livres), de vingt-cinq bouteilles de vin de Bourgogne (30 livres),

8. Archives Départementales du Bas-Rhin (désormais ADBR), 6 E 41/5.

9. ADBR, 6 E 41/458.

10. ADBR, 6 E 41/1078.

de quinze bouteilles de vin rouge de la Haute-Alsace (14 livres), de deux bouteilles de vin de Rivesaltes (3 livres), et de sept bouteilles de vin de tokay (21 livres). Le baron a encore du vin à Venise, où il est ambassadeur. En octobre 1779, la baronne de Zuckmantel restitue cent quatre-vingt-cinq bouteilles de bordeaux et vingt-huit bouteilles de champagne à L'Entilhon¹¹. Nul doute par conséquent que le champagne a alors réussi sa percée au sein de la noblesse alsacienne.

Le vin et le divin

Le haut clergé en Alsace peut être personnifié par le prince-évêque de Strasbourg, Gaston de Rohan, également grand aumônier de France¹². Du 14 août au 17 septembre 1749 est confectionné l'inventaire de ses biens de Paris et de Versailles, lequel décrit minutieusement les éléments d'un train de vie fastueux. À Versailles, à l'hôtel de la Vieuville, Gaston de Rohan possède, entre autres, une demi-queue de vin de Bourgogne (120 livres), dix mesures de vin du Rhin (500 livres), une pièce de vin d'Alsace (130 livres), quelques bouteilles de champagne (400 livres) et deux cents autres de vin d'Alsace. Dans son hôtel particulier de Soubise, sis 16, rue Vieille-du-Temple, sont entreposés cent vingt bouteilles de bourgogne, soixante de vin du Rhin, mais aussi du « *tocquet* » blanc. La même diversité règne dans la cave épiscopale de Strasbourg¹³.

Un état de 1790 donne un aperçu de ce qui se trouve dans la cave de Louis de Rohan, quatrième du nom à être prince-évêque de Strasbourg. Un chiffre pour l'entame : mille cent vingt-cinq bouteilles et mille six cent seize chopines. Citons, sans prétendre à l'exhaustivité, six bouteilles de vin de Toulon, dix de champagne, dix de *champagne moussé*, vingt-quatre de vin du Rhin, trois cent six bouteilles de vin de paille de Colmar et de Haguenau, trois de vin de

11. ADBR, 6 E 41/1078.

12. Voir Claude Muller, *Le Siècle des Rohan. Une dynastie de cardinaux en Alsace au XVIII^e siècle*, Strasbourg, La Nuée Bleue, 2006.

13. Musée Condé à Chantilly II A 97-116 D 8. De manière générale, voir Claude Muller, « Dieu et Bacchus. Le clergé alsacien et le vin au XVIII^e siècle », *Revue d'Alsace*, n° 47, 2011, p. 47-70.

Chypre, trente-neuf de Riquewihr, soixante et onze de bourgogne blanc, trente de bourgogne rouge, cent quarante de vin d'Épernay, huit de vin d'Isenbourg, quatorze de vin d'Hermitage, sans compter le vin en tonneaux, surtout de Wolxheim¹⁴.

La cave de l'évêque suffragant, celui qui effectue la réalité du travail épiscopal, vaut aussi le détour. L'inventaire après décès de Toussaint Duvernin, évêque d'Arath, bras droit de Constantin de Rohan, du 16 août 1785, comptabilise dans la cave épiscopale, juste à côté de la cathédrale de Strasbourg, neuf grands tonneaux, six petits tonneaux, deux bouteilles de bordeaux à 2 livres, une bouteille de vin de Toulon, sept de vin de paille, soixante-six bouteilles de vin de Gengenbach, cinquante et une bouteilles de champagne évaluées à 27 livres, dix-huit bouteilles de bourgogne blanc à 13 livres, cinq bouteilles de vin vieux, enfin une centaine d'autres bouteilles. La cave mélange-t-elle vins personnels et vins professionnels¹⁵ ?

Un autre document, qui ne figure pas dans les actes notariés, signale aussi la pénétration du champagne dans le monde des chapitres. À Wissembourg, François Antoine Anstett est élu doyen le 6 janvier 1778. La dépense faite à l'occasion du dîner donné pour son élection se monte à 300 livres : 171 pour la bonne chère, 40 pour quinze bouteilles de bourgogne, 17 pour du vin de Champagne, 4 pour Malaga et Muscat, 12 pour les liqueurs et le café, 8 pour le vitrier qui a fourni les verres et les bouteilles dont quelques-unes ont été « cassées ou égarrées », 36 pour le vin ordinaire et 10 pour le vin rouge de Poligny¹⁶. Si le champagne est cité dans des inventaires capitulaires, il n'apparaît pas dans les inventaires du bas-clergé.

14. Voir Henri Heitz, « Les vins dans les caves du château de Saverne en 1790 », *Pays d'Alsace*, n° 226, 2008, p. 29-30.

15. ADBR, 6 E 41/1124.

16. Claude Muller, *L'Outre-Forêt au XVIII^e siècle*, Strasbourg, Éditions Coprur, 2005, p. 102.

Une ligne de fracture au sein du Tiers état

La fracture observée dans le clergé s'observe aussi dans le Tiers état. Présentons quelques exemples strasbourgeois. Prenons en main l'inventaire des biens de Jean Germain Dufort (médecin décédé le 26 mars 1751) datant du 26 mai 1751¹⁷. Le tabellion énumère une liste assez conséquente de bouteilles : deux cents de bourgogne (120 livres), soixante de vin du Rhin (60 livres), quatre-vingts de Malaga (100 livres), cinquante de Muscat et de Moselle (50 livres), dix de Chypre, Rhodes et Tokay (20 livres), deux cents de champagne (24 livres) et deux cent cinquante bouteilles de vin ordinaire.

De même, l'inventaire de Jean Siccard, marchand, rédigé en allemand le 9 mai 1757, énumère quatre mesures de ratafia, deux mesures de « *verdorbener languedocquer wein* », de l'eau-de-vie française et « alsacienne », une mesure de vin d'Arbois, deux mesures de Muscat et quelques bouteilles de champagne, lesquelles, curieusement, ne vont pas être conservées¹⁸. En effet sa veuve, Marie Madeleine Hunelle, fait mettre en vente aux enchères, le 19 septembre 1757, six bouteilles de vin de Muscat, deux vieux petits tonneaux et surtout soixante-quinze bouteilles de champagne¹⁹. Ce qui nous rappelle que le champagne se conserve difficilement et qu'il est un vin de l'éphémère.

De son côté, le banquier et commerçant Philip Hermann, qui, en 1761, possède surtout du vin d'Alsace en tonneau, entrepose aussi, dans sa cave, deux cents bouteilles de champagne, ce qui ne manque pas d'impressionner²⁰. Quant à Augustin Pierre de Geraudon, ancien secrétaire pensionné de l'intendance de l'Alsace, il laisse derrière lui, à sa mort survenue le 11 août 1782, une trentaine de bouteilles de vin de Moselle (15 livres), cinq bouteilles de Malaga (3 livres), vingt-cinq bouteilles de vin de Jurançon (7 livres), ainsi que sept bouteilles de Bordeaux (2 livres). Comme chez Siccard, une vente aux enchères

17. ADBR, 6 E 41/1455.

18. ADBR, 6 E 41/546.

19. ADBR, 6 E 41/546.

20. ADBR, 6 E 41/1399.

a lieu le 20 septembre 1782. Soixante-huit bouteilles de *champagne mousseux* sont vendues pour 142 livres²¹.

Trois inventaires de 1756, rédigés en allemand et non en français, introduisent toutefois une frontière. Trois membres de la petite bourgeoisie strasbourgeoise ne possèdent, dans leur cave, que des vins alsaciens. Jean Jacques Jung possède du « *alt Wein* », vin vieux, sans autres précisions, ainsi que du « *gewöhnlich oder gemein Wein* », vin ordinaire (blanc ?) en tonneaux. Jean-Daniel Kammerer, « *Wöllhändler* » (ou lainier), stocke des vins ordinaires de trois et un an(s). Jean Munch, enfin, aligne six tonneaux de vin blanc, dont l'un de 1745, donc vieux de onze ans, ce qui ne rend pas le liquide plus cher pour autant²². Langue allemande, vin alsacien, absence de vins français, le triptyque d'une identité ?

Les caractéristiques du champagne

Pour Louis Sébastien Mercier, dans son *Tableau de Paris* de 1781, il ne peut être question que « du délicieux champagne²³ », bien différent du vin englouti au cabaret. Affirmation corroborée par Arthur Young, qui déclare : « J'ai eu quelques soupçons avant d'entrer en Champagne, mais le vin mousseux les a absolument bannis²⁴. » Quelles sont les caractéristiques de ce vin de Champagne ?

Identifier le « vin de Champagne »

Prenons deux exemples. L'inventaire de succession de Marie Anne Maupinot, épouse d'Ignace Mathieu Genain, premier secrétaire de l'intendance du Béarn, dressé à Strasbourg le 2 octobre 1752, est intéressant. Le tonnelier de la ville, Jean Henri Gimpel, examine deux caves. Dans la première, il note onze mesures de vin

21. ADBR, 6 E 41/1476.

22. ADBR, 6 E 41/387.

23. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, t. II, Neuchâtel, Samuel Fauché, 1781, p. 225.

24. Arthur Young, *Voyage en France (1787, 1788, 1789)*. *Journal de voyages*, traduction, introduction et notes d'Henri Sée, Paris, Armand Colin, 1976, p. 325-327.

du Rhin dont dix dans un grand tonneau et une dans un petit tonneau, le tout pour 792 livres, plus quatre feuillettes de vin blanc de la Haute-Alsace contenant neuf mesures (180 livres), ainsi que dix-huit tonneaux (20 livres). Dans la petite cave, il relève une mesure et demie de vin de la Haute-Alsace (18 livres), trente bouteilles de vin blanc de la Haute-Alsace (15 livres), trente et une bouteilles de vin du Rhin (48 livres), et surtout onze bouteilles de vin de Champagne à une livre dix sols la bouteille (16 livres), le tout valant environ 1 100 livres²⁵.

Citons, en deuxième lieu, l'inventaire de succession de François Jacques Dorsner, avocat au Conseil souverain d'Alsace et receveur du chapitre Saint-Pierre-le-Vieux, fait le 6 juillet 1772, dans une maison appartenant aux chartreux de Molsheim. Dans la cave, le tonnelier Stephan dénombre vingt-sept tonneaux, une pièce de vin de Bourgogne (144 livres), trente-six mesures de vin rouge (540 livres), quarante mesures de vin blanc ordinaire (440 livres), deux mesures de vin étranger rouge (60 livres), quarante mesures de vin blanc (30 livres), cinquante bouteilles de vin de Bourgogne rouge (60 livres), vingt-cinq bouteilles de vin de Champagne (7 livres), vingt-cinq bouteilles de vin de Bourgogne blanc (20 livres), ainsi que cinq cuves. L'ensemble est estimé à 800 livres²⁶. Le 17 décembre 1772, dans une vente au plus offrant, dix-sept bouteilles sur les vingt-cinq de champagne sont adjugées à 32 livres²⁷.

Insistons sur l'appellation qui émerge dans les actes notariés : « vin de Champagne ». Elle ne nous renseigne ni sur l'origine, ni sur le millésime, ni sur le cépage, ni sur la couleur du vin. Cette quadruple absence constitue un indice principal. Benoît Musset rappelle que le système d'identification des vins effervescents ne suit pas les principes classiques, mentionnant le cru, le millésime et le producteur²⁸. Par ailleurs, contrairement au vin de Bourgogne, dont la

25. ADBR, 6 E 41/384.

26. ADBR, 6 E 41/1077.

27. ADBR, 6 E 41/1077.

28. Voir Benoît Musset, « Le prix de la qualité : les vins de Champagne et de Bourgogne au XVIII^e siècle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, vol. 60, n° 3, 2013, p. 113.

conservation est mixte, ou au vin d'Alsace, conservé à une majorité écrasante en tonneau, ce « vin de Champagne » est invariablement conservé en bouteilles, aucun tonneau de champagne n'étant recensé dans tous les inventaires. La bouteille est un élément non optionnel pour la conservation du vin effervescent, qui vieillit mal en contact avec le bois²⁹. Elle est faite d'un verre épais, dont la forme primitive en demi-oignon évolue au cours du XVIII^e siècle pour se rapprocher du cylindre contemporain³⁰. De plus, seul le bouchon de liège peut contenir une telle pression, et il doit être tenu par une ficelle. Le fil de fer n'apparaît que vers 1760³¹. En 1728, un édit libéralise la circulation du champagne en bouteilles, ce qui provoque une exportation accrue du vin mousseux³². Toutefois le vin mousseux ne constitue pas la majorité du vin produit en Champagne, Benoît Musset ayant démontré que l'intitulé évasif des actes notariés évoque aussi du vin tranquille³³.

Champagne rouge et champagne blanc

Reprenons notre dossier avec deux nouveaux exemples. L'inventaire après décès des biens de Marie Madeleine Barnier, veuve d'Antoine du Muntz, commissaire des guerres, décédée le 21 mars 1754, réalisé par le tonnelier Rodolphe Kieffer, aligne quatre mesures de vin blanc (7 livres), deux mesures de vin rouge (2 livres), une feuillette de vin vieux de Bourgogne (72 livres), une feuillette de vin

29. Voir Benoît Musset, *Vignobles de Champagne et vins mousseux*, Paris, Fayard, 2008, p. 172.

30. Voir Jean-Robert Pitte, « Les formes de bouteilles en Europe du XVIII^e siècle à leur diffusion mondiale », dans Michel Figeac (dir.), *Le Verre et le vin de la cave à la table du XVII^e à nos jours*, Bordeaux, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2007, p. 95-100.

31. Voir Maurice Blin, Georges Clause et Éric Glatre (dir.), *Le Champagne, trois siècles d'histoire*, Paris, Stock, 1977, p. 70.

32. Voir Francis Leroy, « Le vin du présent : une civilité de Champagne. L'exemple d'Épernay aux XVII^e et XVIII^e siècles », dans Patrick Demouy et Marie-Hélène Morell (dir.), *De la vigne en Champagne au vin de Champagne, op. cit.*, p. 149-150.

33. Voir Benoît Musset, « Les vins de Champagne et leurs consommateurs (1650-1830) », dans Claire Desbois-Thibault, Werner Paravicini et Jean-Pierre Poussou (dir.), *Le Champagne : une histoire franco-allemande*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, 2011, p. 94.

nouveau de Bourgogne (80 livres), cent quarante-neuf bouteilles de vin de Bourgogne (88 livres), soixante-trois de vin de Bourgogne blanc (31 livres), trente-sept bouteilles de vin de Canarie (37 livres), trois bouteilles de Muscat rouge (2 livres), dix-neuf de Muscat blanc (28 livres) et, petitement, quatre bouteilles de vin de Champagne *rouge* (1 livre seulement). À cela s'ajoutent trente-huit mesures de tonneaux de différentes valeurs (15 livres) et six tonneaux de bourgogne contenant trente mesures à quatre sols, le total pour 405 livres³⁴.

Enfin, en 1782, l'inventaire des biens délaissés par feu Philippe de la Charlonnie de Naucas, lieutenant du roi de la citadelle de Strasbourg, énumère cent cinquante-sept bouteilles de vin de Champagne *rouge* (94 livres), quatorze bouteilles de vin de Bourgogne (8 livres), soixante bouteilles de vin de Bourgogne (30 livres), vingt-six bouteilles de Malaga (26 livres), vingt-huit bouteilles de vin *blanc* de Champagne (16 livres), douze bouteilles de vin de Muscat (7 livres), cent quarante bouteilles de vin blanc et rouge de Bordeaux. Le 17 mai 1782, les vins et liqueurs sont vendus par enchère, entre autres, huit bouteilles de champagne *blanc* (12 livres), quatre-vingt-deux bouteilles de vin de Graves (102 livres), quatre-vingt-quinze bouteilles de vin de Bourgogne (102 livres) et cinquante bouteilles de vin de Champagne *rouge* (30 livres)³⁵.

Des bulles attestées

Les inventaires déjà cités des vins d'Augustin Pierre de Geraudon et du cardinal Louis de Rohan à Saverne (1790) avaient fait apparaître du champagne « *mousseux* » ou « *moussé* ». Les deux mentions, rarissimes, ne sont pas uniques pour autant. Citons d'abord cet extrait de la plus belle cave alsacienne de l'époque, celle du fastueux préteur royal de Strasbourg, François Joseph de Klinglin³⁶. Au milieu de dizaines de tonneaux et de bouteilles venant d'Alsace, de Bourgogne, d'Espagne ou des Canaries, il convient de citer cette merveilleuse

34. ADBR, 6 E 41/545.

35. ADBR, 6 E 41/1475.

36. ADBR, 6 E 41/488.

énumération du 33 avril 1754 : vingt et une bouteilles de champagne *couleur de rose* (22 livres), vingt-trois bouteilles de champagne *couleur de rose* (34 livres), neuf bouteilles de champagne *rouge* (13 livres), cinquante-sept bouteilles de champagne *couleur de rose* (85 livres) et soixante-quatre bouteilles de champagne *rouge*. Sur la base de ce seul inventaire, le vin moussant apparaît, au milieu du siècle, bien minoritaire.

Un autre exemple fait bien la distinction entre vin de Champagne tranquille et vin de Champagne effervescent. L'inventaire des biens délaissés par Louis Matthieu Lambert (de son vivant maréchal de camp des armées du roi et directeur des fortifications d'Alsace), du 7 juillet 1773, fait apparaître des vins « locaux » et des vins « étrangers ». Dans la première catégorie, le notaire aligne sept tonneaux de vins blancs de 1770 et de 1772, faisant ensemble deux cent dix-sept mesures (108 livres), dix mesures de vin rouge de 1772 (100 livres) et quatre-vingts seaux d'eau de vin blanc de 1772. Dans la seconde, la plus importante pour notre sujet, le tabellion énumère six bouteilles de vin de Champagne *mousseux*, cinquante et une bouteilles de vin de Champagne *non mousseux*, vingt et une bouteilles de vin de Bourgogne, trente-six bouteilles de vin de Bordeaux, quatre-vingt-douze bouteilles de vin de Graves, vingt-deux bouteilles de vin du Rhin, ainsi que soixante et une bouteilles de vin de Malaga, trente bouteilles de vin de Chypre, huit bouteilles de vin de Hongrie, six bouteilles de vin d'Alicante, et enfin deux bouteilles de vin de paille³⁷.

L'originalité du champagne

Popularisé à Versailles par la marquise de Pompadour, qui commande régulièrement des bouteilles à Claude Moët, le champagne à bulles connaît une expansion fulgurante³⁸. « Bien différentes, sans doute, auraient été les destinées de ce vin si, pour sa renommée, Paris

37. ADBR, 6 E 41/1077.

38. Voir Maurice Blin, Georges Clause et Éric Glatre (dir.), *Le Champagne, trois siècles d'histoire*, op. cit., p. 66-67.

et la Cour n'avaient autant fait³⁹ », relève justement Roger Dion. Sa popularité entraîne quelques originalités.

Le champagne, vin des femmes ?

La marquise de Pompadour, égérie du vin à bulles, entraîne-t-elle dans son sillage une mode de consommation féminine dans les milieux fortunés ? Feuilletons trois inventaires concernant des femmes. L'inventaire après décès de Jeanne Marguerite Lebrun, née Leblond, fait le 20 mai 1763, dresse ce que cette femme possède en commun avec le marchand cafetier Sébastien Lebrun. Le marchand de vins Pierre Mocquin estime donc non pas une cave personnelle, mais un ensemble d'articles destinés à la vente. Mocquin énumère pour 941 livres de liqueurs et de sirop : deux cent cinquante bouteilles de différentes liqueurs (300 livres, soit le tiers de la somme totale), une barrique contenant quarante bouteilles d'eau de coing, une barrique contenant trente bouteilles d'eau de noyaux (27 livres), vingt et un flacons de terre carrés (4 livres), treize pots d'esprit (15 livres), vingt autres flacons (dix livres), quatre-vingt-dix bouteilles d'esprit (67 livres), cinquante bouteilles d'eau de cerise (25 livres), soixante bouteilles de ratafia de coing (30 livres), soixante bouteilles de sirop de groseille (75 livres), quatre mesures de ratafia (80 livres), quatre cents bouteilles vides (40 livres), quatre-vingt-dix livres de café (157 livres), et enfin un quintal de sucre⁴⁰ (80 livres).

Pierre Mocquin dresse une liste à part des vins : deux grands tonneaux (50 livres) dans lesquels se trouvent quatre-vingt-dix mesures de vin blanc de 1760 (225 livres), trois tonneaux à cercles de bois (4 livres) contenant quinze mesures (4 livres), et, surtout, deux cent vingt bouteilles de vin de Muscat (220 livres), soixante bouteilles de vin de Canarie (240 livres), cent dix bouteilles de vin de Malaga (154 livres), quatre-vingt-dix bouteilles de vin de Chypre (42 livres), trois cent trente bouteilles de vin de pêche (345 livres), cent bouteilles de vin de Bourgogne et quarante bouteilles seulement de vin de

39. Roger Dion, *Histoire de la vigne et du vin en France*, op. cit., p. 615.

40. ADBR, 6 E 41/1403.

Champagne (48 livres). Première remarque : dans un panel de vin apparemment réservé à une clientèle féminine, le champagne est certes présent, mais discrètement.

Cette remarque vaut également si l'on examine l'inventaire d'Antoinette Hardi, épouse de Barthélémi Duverne, lieutenant-colonel d'infanterie et major au régiment de Beaujolais, dressé en 1774, qui énumère quatorze mesures de tonneaux (4 livres), dix-huit bouteilles de vin de Champagne (21 livres), quatorze bouteilles de Muscat, six bouteilles de vin de Chypre (12 livres), douze petits flacons de liqueur (17 livres), vingt-deux bouteilles de différentes liqueurs (17 livres) et une pièce de vin de Bourgogne (120 livres), le tout pour 136 livres⁴¹.

Terminons avec l'inventaire après décès de Catherine Gau, née Malbois, du 7 août 1777⁴². La dame occupe un rang social important, car elle est l'épouse de Louis Antoine Gau de Vaumarin, administrateur de la manufacture d'armes de Klingenthal. Le tonnelier de la ville de Strasbourg, Jean Henri Gimpel, examine, à la demande du notaire, les vins entreposés dans deux caves, l'une à Klingenthal, lieu de travail de l'administrateur, l'autre à Strasbourg, domicile des époux. À Klingenthal, le tonnelier note vingt mesures de vin blanc de 1775 (203 livres), vingt-cinq mesures de Colmar (350 livres), huit autres (88 livres), cent trente-huit mesures de Barr (690 livres), soixante-quatorze de Wasselonne (222 livres), soixante de Boersch et Ottrott de 1774 (296 livres), trente-trois de Barr de 1774 (132 livres) et vingt-trois mesures de vin rouge, autrement dit des vins exclusivement d'origine régionale.

La cave de Strasbourg recèle des trésors plus intéressants pour notre propos. Jean Henri Gimpel propose une subdivision en trois groupes. Tout d'abord les « vins blancs » : huit mesures de vin blanc sans autre précision (72 livres), dix-huit mesures de Wasselonne (108 livres), trente et une mesures de vin de maître (34 livres), cinquante-quatre mesures de vin de Turckheim de 1776 (432 livres), cinquante-quatre mesures de vin de 1775 (540 livres), et enfin dix-

41. ADBR, 6 E 41/1431.

42. ADBR, 6 E 41/1078.

neuf autres mesures de vin de maître (209 livres), soit sans doute des vins alsaciens. Le deuxième groupe comprend les « vins étrangers », à savoir une pièce de vin de Malaga (310 livres), quatre mesures de vin de Bourgogne ordinaire (314 livres), une mesure de clos Morachée (280 livres), ainsi qu'une mesure de vin du clos de Vougeot (210 livres). Le troisième groupe réunit « les vins étrangers en bouteille », soit soixante-deux bouteilles de liqueur (93 livres), cent trente bouteilles d'eau de cerise (195 livres), trente bouteilles de vin de Chypre (64 livres), quarante-huit pièces de Malaga (86 livres), cent bouteilles de « petit bourgogne » (80 livres), et, pour finir, soixante-dix bouteilles de vin de Champagne. La valeur totale des vins s'élève à 5 591 livres, dont environ 2 000 à Klingenthal et 3 600 à Strasbourg. Comme le tonnelier donne le prix unitaire, il est possible de situer le vin régional entre 6 et 11, et le vin de Champagne à 20, soit deux fois plus cher.

Si des inventaires de succession de femmes aisées attestent de la présence de champagne, l'interprétation des données pose néanmoins problème. D'abord il s'agit le plus souvent de la cave d'un couple : est-ce elle qui boit le vin ? ou lui ? ou les deux ? Comment savoir si une femme préfère le vin de Champagne ou non ?

Le champagne parmi de grands vins

Tous les inventaires présentés jusqu'ici concordent sur un point. Là où le champagne est attesté, le bourgogne l'accompagne, mais d'autres vins aussi. À la liste déjà présentée, ajoutons encore un seul exemple de 1780. Anne Dorothee Goll, veuve de Daniel André Franck, vend le château d'Ourendorf à un baron, maréchal des camps et armées du roi, commandeur de l'ordre royal militaire de Saint-Louis⁴³. Sous la plume du tabellion, apparaît une cave variée, mêlant cent trente-six bouteilles de vin de Languedoc à 16 sols (108 livres), soixante-deux bouteilles de Graves à 24 sols (94 livres), seize bouteilles de Muscat à 24 sols (19 livres), onze bouteilles de vin de Chypre à 30 sols (16 livres), dix-neuf bouteilles de Malaga à 30

43. ADBR, 6 E 41/1403.

sols (28 livres), quarante-quatre bouteilles de vin blanc ordinaire à 6 sols (13 livres), trois chopines de Muscat rouge à 27 sols (3 livres), trois bouteilles de vin du pape à 20 sols (3 livres), trois bouteilles de vin de Bourgogne à 24 sols (3 livres), cinquante bouteilles de vin de Bordeaux à 30 sols (75 livres), quarante-quatre bouteilles de vin du Rhin à 40 sols (88 livres), six chopines de vin de Malvoisie à 25 sols (7 livres), neuf bouteilles de Château-Chalon à 20 sols (9 livres), vingt-trois bouteilles de vin blanc du pape à 6 sols (6 livres), cent quatre bouteilles de vin rouge à 8 sols (41 livres), sept bouteilles d'Hermitage blanc à 30 sols (11 livres), sept bouteilles de bourgogne blanc à 4 sols (1 livre), six bouteilles de Château-Chalon à 15 sols (4 livres), vingt mesures de vin sans autre indication, et, pour notre propos, trois bouteilles de *champagne rouge* à 18 sols (2 livres) et dix bouteilles de vin de Champagne à 24 sols (12 livres), le tout pour 738 livres. En tonneaux, apparaissent encore seize mesures de riesling de 1779 à 7 livres (112 livres), vingt-cinq mesures de vin ordinaire blanc de 1779 à 5 livres (125 livres) et douze mesures de vin rouge de 1779.

Preuve de la diversité des grands vins ou de ce que l'on considère comme des grands vins, ces multiples énumérations dressent des hiérarchies réelles ou supposées. Elles donnent du sens à l'affirmation du *Dictionnaire du citoyen* de 1761, qui indique que « parmi les vins de France, ceux de Champagne et de Bourgogne tiennent le premier rang⁴⁴ ». L'estimation des tonneliers reproduite à chaque exemplaire va toujours dans le même sens : les vins de Champagne et de Bourgogne sont toujours les plus chers.

Le vin de la pénétration française

L'impression dominante du dépouillement des inventaires strasbourgeois est que ce sont les militaires français qui boivent le champagne. Quittons Strasbourg pour Neuf-Brisach, une citadelle de Vauban au bord du Rhin. Toute une population, militaire ou pé-

44. Benoît Musset, « Le prix de la qualité : les vins de Champagne et de Bourgogne au XVIII^e siècle », art. cit., p. 110-136.

riphérique au milieu militaire, y vit... et y boit ! L'étude des caves ne souffre aucune contestation : le champagne y est bien présent, tout comme le bourgogne⁴⁵. Signalons quelques échantillons, qui apparaissent après le premier tiers du XVIII^e siècle. Ainsi, l'inventaire du sieur Fourquin, trésorier de l'extraordinaire des guerres, et de son épouse Catherine Mittnach, commencé le 25 mai 1737 et terminé le 13 juin 1737, fait apparaître seize mesures de vin vieux blanc (128 livres), dix mesures de vin vieux « *clair* » (100 livres), deux mesures de vin vieux gâté (12 livres), quatre mesures de vin nouveau blanc (48 livres), une mesure de vin blanc nouveau (6 livres), six mesures de vin vieux blanc (36 livres), neuf mesures de vin mêlé (63 livres), une mesure de vin rouge gâté (6 livres), deux mesures de petit vin (6 livres), vingt-deux pots de vin vieux d'Arbois (10 livres), et surtout quarante-sept bouteilles de vin de Bourgogne estimé à 18 sols la bouteille (42 livres), ainsi que cent trente-six bouteilles de champagne estimé à 40 sols la bouteille (272 livres)⁴⁶.

De leur côté, Étienne Guillaume Barbier, le directeur des portes, et Geneviève Fourquin possèdent, le 17 mai 1741, six mesures de vin de Bourgogne (24 livres) et quinze bouteilles de vin de Champagne (22 livres)⁴⁷. Anne Marie Marchand, elle, entrepose, le 18 juin 1750, huit feuillettes de vin de Bourgogne, neuf pièces de vin de Bourgogne et deux paniers de vin de Champagne⁴⁸. Quant à François de Paris, lieutenant du roi et commandant à Neuf-Brisach, il délaisse, le 12 décembre 1757, cent quatre bouteilles de vin de Bourgogne (47 livres), sept bouteilles de vin de Champagne (7 livres), sept mesures de vin rouge du pays (67 livres), ainsi que trois tonneaux de bourgogne (6 livres)⁴⁹.

Les mentions précises sont plus tardives. On recense dans l'inventaire de François Salin de Niar (major de la ville de Neuf-Brisach), du 22 mai 1767, treize bouteilles et demie de vin de Malaga (27 livres),

45. Valentin Kuentzler, « La citadelle et le vin de Bourgogne. Pénétrations françaises à Neuf-Brisach au XVIII^e siècle », *Annuaire de la Société d'Histoire de la Hardt et du Ried*, n° 28, 2016, p. 39-52.

46. ADHR (Archives Départementales du Haut-Rhin), 4 E Neuf-Brisach 15.

47. ADHR, 4 E Neuf-Brisach 16.

48. ADHR, 4 E Neuf-Brisach 17

49. ADHR, 4 E Neuf-Brisach 24.

quatorze bouteilles de vin de *champagne blanc* (28 livres), quarante-sept bouteilles de bourgogne (70 livres), trente-trois demi-bouteilles de vin de Malvoisie (32 livres), vingt et une demi-bouteilles de vin de Cheresse (25 livres), plus des mesures de vin en tonneau⁵⁰. On lit le détail le plus intéressant dans les biens de la communauté de Pierre Breck, entrepreneur de fortifications de Neuf-Brisach, et de Catherine Saget, le 10 avril 1770. Y figurent soixante-dix-sept bouteilles de vin de Bourgogne (139 livres), dix-sept bouteilles de champagne *mousseux et non mousseux* (46 livres), mais aussi cinq demi-bouteilles de Chérés (*sic*), une demi-bouteille de Malvoisie (1 livre), trois bouteilles de Muscat de Malaga (6 livres), sept bouteilles de Saint-Perez (10 livres), dix-neuf bouteilles de vin blanc du pays (13 livres), ainsi que plusieurs mesures de vin de Turckheim (306 livres)⁵¹.

Terminons avec l'inventaire estimatif des biens de Pierre Philippe David, marchand, et d'Anastasia Violand, qui est fait le 15 novembre 1780. Parmi les marchandises sont citées neuf mesures d'eau-de-vie du Languedoc (283 livres), trois cent quarante bouteilles de vin de Bourgogne et Bordeaux (340 livres), dix-neuf bouteilles de Malaga (39 livres), trente bouteilles de Muscat blanc et rouge (51 livres) et vingt-quatre bouteilles de champagne *blanc mousseux* (57 livres)⁵².

On aura compris que le vin de Champagne, à son corps défendant sans doute, devient – au même titre que les maisons et leur ameublement, la mode tant féminine que masculine, ou encore la présence dans les bibliothèques de Corneille, Racine et Molière –, l'un des marqueurs de l'avancée de la France dans l'Alsace du XVIII^e siècle. Du vin nous passons à la civilisation du vin.

50. ADHR, 4 E Neuf-Brisach 29.

51. ADHR, 4 E Neuf-Brisach 30.

52. ADHR, 4 E Neuf-Brisach 34.

Conclusion

Au terme de cette présentation, rappelons d'abord une notion connue. La pénétration du champagne est l'expression d'un esprit, celui du XVIII^e siècle, une exaltation du raffinement et de la légèreté, propre à la Cour, mais aussi aux Lumières. Cette boisson ne se boit pas, elle se déguste. La codification de sa consommation est encore en construction. Notons ensuite l'intérêt du thème dans l'inflexion de l'historiographie viti-vinicole. Les nouvelles recherches ne s'attardent plus à justifier ou à glorifier un vignoble, mais à en présenter les interactions longtemps négligées.

Claude Muller

ARCHE (EA 3400), Université de Strasbourg

Deuxième partie
**Images du vin,
images de l'autre**

Les paradoxes du vin dans le récit de voyage

Depuis quelques décennies, les études sur l'aliment se sont développées avec une vitesse surprenante. L'anthropologie, l'histoire et la sémiotique ont montré diverses facettes de cet objet d'étude, ce qui a permis de comprendre non seulement le statut important qu'il occupe dans la construction de la *semiosis* sociale et interpersonnelle, mais aussi son rôle déterminant dans la sémiosphère¹. Devenu un marqueur culturel de la plus haute importance, l'aliment révèle beaucoup de choses sur l'identité, la culture et la psychologie de l'Autre. Toutefois, lorsqu'il s'agit d'une culture étrangère, la saisie de tous ces éléments devient problématique, puisqu'elle fait appel à des préjugés et à des stéréotypes qui mettent à nu aussi bien les préjugés sur l'Autre que ceux sur sa propre culture culinaire. D'un point de vue sémiotique, cette problématique nous intéresse car elle nous permet, d'une part d'interroger les spécificités des fables que construit le discours culinaire sur l'Autre, d'autre part de comprendre comment les voyageurs occidentaux construisent leur propre mythologie culinaire, particulièrement celle du vin.

Cette saisie embarrassée et brouillée se trouve en même temps, et c'est un des points centraux de cette étude, tributaire du contexte historique du récit de voyage, support discursif choisi ici pour étudier le sujet. En effet, la thématique du vin dans le récit de pèlerinage, la chronique historique, ou encore le récit de voyage sous sa forme laïque et désormais moderne, se décline à chaque fois de façon différente, l'auteur faisant parler à la fois sa bibliothèque de références et la tension entre sa propre saisie et les références de son époque.

L'objet de cette étude est de retracer brièvement les différentes saisies de la *semiosis* du vin dans le récit de voyage, ainsi que d'analyser les codes avoués ou implicites à l'œuvre.

Dans la littérature religieuse, que ce soit dans la Bible ou dans le Coran, l'aliment s'est imposé comme un véritable *topos* littéraire. Le récit de voyage a été pendant longtemps influencé par cette

1. Voir Mohamed Bernoussi, *Viator in Tabula. Sémiotique de l'interculturel culinaire dans les récits de voyage*, Fès, Postmodernité, 2014.

littérature où l'aliment est d'abord et avant tout le vecteur d'une identité religieuse. Mary Douglas² a été une pionnière dans ce domaine d'étude, puisqu'elle a révélé les ressorts sémantiques de cette construction de l'identité religieuse (et souvent donc de l'identité tout court) par l'interdit culinaire. Rappelons ici son explication de l'interdit culinaire chez les Hébreux comme marqueur d'une volonté de démarcation par rapport à toute forme d'altérité.

Le récit de voyage a reproduit pendant plusieurs siècles le modèle religieux, tout en essayant de s'en émanciper depuis le Moyen-Âge jusqu'au xvi^e siècle. En effet, le thème dominant dans les récits de croisade ou dans les récits de pèlerinage est la nourriture soit comme moyen de dénigrement et de guerre contre les Sarrasins, soit comme motif de célébration d'une identité catholique fondée essentiellement sur la présence bienveillante du Dieu chrétien – thème de la manne et du miracle culinaire – ou sur les valeurs de charité et de partage propres à la communauté catholique. Les récits qui suivent vont plus ou moins s'émanciper de ce modèle catholique pour inaugurer une nouvelle vision et une nouvelle approche du culinaire, de ce que mange et boit l'Autre et de la façon de se l'expliquer.

À l'aube des grandes explorations géographiques de la Renaissance et d'autres bouleversements culturels et socio-économiques, l'Europe découvre l'altérité sous ses multiples formes. La littérature de voyage n'échappe pas à ce séisme. Dans les récits de voyage du xv^e siècle, l'intérêt que commence à avoir l'Autre n'est pas sans susciter quelque curiosité, voire quelque angoisse, et ce à cause de plusieurs mœurs culinaires qu'on n'arrive ni à comprendre ni à expliquer. Une de celles-ci concerne le vin. C'est un produit qui intrigue beaucoup les voyageurs de cette époque, car il se trouve inscrit dans un nœud inextricable de contradictions, ce qui crée ce que l'on peut nommer un « paradoxe du vin ». Dans son journal, Louis de Rochechouart raconte cette scène, anecdotique certes, mais très significative :

2. Voir Mary Douglas, *Purity and Danger : An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*, London, Routledge & K. Paul, 1966.

Au moment de l'offertoire, le père gardien³ nous fit de nombreuses recommandations. Tout d'abord il a absous ceux qui étaient rentrés en Terre sainte sans licence pontificale, ensuite il nous a exhortés à l'amour fraternel... En troisième lieu, concernant les périls rencontrés habituellement par les pèlerins, il allait de soi que nous devions nous déplacer tous ensemble en prenant garde à nos bourses, et que nous devions cacher notre vin, parce que les Sarrasins l'apprécient beaucoup⁴.

L'anecdote fait sourire, mais elle est révélatrice d'un sujet qui focalise l'attention des voyageurs de cette époque. Le vin, une boisson très prisée chez les Arabes, les intrigue. Ils ne comprennent pas la clandestinité de cette boisson, ni son succès, malgré la surveillance renforcée au niveau des portes des villes et malgré les mesures punitives contre quiconque en boit ou en possède. La recherche des causes de ce phénomène révèle tour à tour et de manière paradoxale une volonté de comprendre l'Autre et la tentation irrésistible de le condamner. Louis de Rochechouart note également ceci :

Les Sarrasins qui habitent en Syrie, en Égypte, en Berbérie et jusqu'à l'Asie Mineure sont des gens bestiaux. Ils servent la loi de Mahomet et le Coran. Cependant contrairement à leur loi, ils boivent du vin, j'en ai vu plusieurs le faire, quand ils n'ont pas de vin, ils font bouillir des raisins qu'ils ont en grande abondance, et avec lesquels ils font un assez bon vin⁵.

Le vin continue d'intriguer autant par le rapport paradoxal que lesdits Sarrasins entretiennent avec cette boisson que par l'interdit qui le frappe. Les voyageurs ne comprennent pas le sens de cet interdit et tentent de trouver des explications. C'est l'occasion de recourir, au niveau de l'intertextualité, à des *topoi* de manuscrits trouvés et

3. Le père gardien faisait à l'époque le travail d'un guide touristique chargé de la logistique mais aussi de la sécurité des pèlerins.

4. Louis de Rochechouart, *Journal de voyage à Jérusalem* [1461], traduit du latin par Béatrice Dansette, dans *Croisades et pèlerinages*, Paris, Laffont, 1997, p. 1139.

5. *Ibid.*, p. 1165.

d'histoires colportées qui tournent autour de l'interdiction du vin par Mahomet. Toutes ces histoires sont des variations sur un même thème : piégé par le vin, Mahomet choisit de ne plus en boire. Une des versions raconte que des moines jaloux décidèrent de se débarrasser de lui en le faisant boire. Une fois qu'il fut ivre, ils lui subtilisèrent son épée, tuèrent quelqu'un avec, la remirent à sa place et lui firent croire que c'était lui le coupable :

Mahomet prit son épée, la tira du fourreau et la vit ensanglantée. Il crut donc qu'il était vrai qu'il avait tué le moine. Aussitôt il prononce la promesse de ne plus jamais boire du vin, ni lui ni les autres païens. Et ainsi ils s'en gardent par peur, mais non par dévotion : là où ils en trouvent, ils s'y noient⁶.

Une autre légende relative à l'interdiction du vin réactive une vieille histoire attribuée de façon un peu hasardeuse à Mahomet, et mobilise deux figures célèbres de la littérature populaire arabo-musulmane : il s'agit de Haruth et Maruth, deux personnages réputés pour leur maîtrise de la magie noire. La forme de cette histoire est un peu laborieuse, mais à cette époque on ne se souciait pas des lourdeurs ni des digressions ; nous en reproduisons ici une partie pour son intérêt historique et parce qu'elle est symptomatique du retour du préjugé religieux :

La raison pour laquelle Mahomet a interdit le vin se trouve dans la Doctrine de Mahomet. Il y avait deux anges, Haroth et Maroth, envoyés par Dieu sur Terre pour gouverner et instruire le genre humain. Ils interdirent trois choses, tuer, juger injustement, boire du vin. Au bout de quelque temps, ces deux anges parcoururent le monde entier et une femme d'une très grande beauté vint les trouver. Elle était en procès avec son mari et invita les anges à dîner pour qu'ils soutinssent sa cause. Ils acceptèrent. Elle apporta avec les plats des coupes de vin, leur en offrit, insista pour qu'ils en prissent. Que

6. Voir Emmanuel Piloti, *Traité d'Emmanuel Piloti sur l'Égypte et les moyens de conquérir la Terre sainte* [1420], dans *ibid.*, p. 1243.

dire de plus ? Vaincus par la malice de cette femme, ivres, ils acceptèrent de révéler ce qu'elle leur demandait, l'un lui apprit les paroles qui leur permettaient de descendre du ciel et l'autre celles qui leur permettaient d'y remonter. Quand elle les sut, elle monta aussitôt au ciel. À son arrivée, Dieu fit son enquête et fit d'elle Lucifer, la plus belle des étoiles, comme elle avait été la plus belle des femmes. Quant aux anges, Dieu les convoqua et leur demanda de choisir entre un châtement en ce monde, ou dans l'autre. Ils choisirent ce monde et furent jetés, tête la première, attachés à des chaînes, dans le puits du diable, où ils resteront jusqu'au jour du jugement. Voilà ce que raconte ce faussaire, fils aîné du démon⁷.

Le thème du vin, plus précisément du vin interdit dans la culture de l'Autre, permet ici de stabiliser et de standardiser⁸ une culture du vin propre aux voyageurs. Derrière la condamnation et les verdicts sans appel, le vin se profile comme un marqueur culturel. Il permet de parler implicitement d'une culture du vin où la modération, le sens et le sacré sont présents, en mettant explicitement en avant des prosopopées destinées à condamner une autre culture du vin faite de démesure, d'hypocrisie et de non-sens.

La référence implicite de ce discours de vérité sur le vin est d'abord et avant tout associée au *topos* cénique. Le vin reste lié à Jésus-Christ, et c'est pour cela que lorsque nos voyageurs tentent d'en parler dans la culture de l'Autre, ils le lient directement à Mahomet. Ce qui est mis en avant dans ces explications, c'est principalement la peur de ne pas se contrôler et de commettre des erreurs que l'on regrettera sûrement. Ce qui est sous-entendu, c'est que le vin est chez l'Autre synonyme de dépravation, d'ignominie et d'absence de contrôle. Le discours sur le vin du voyageur occidental est fondé sur un jugement religieux. Ce discours procède par épuration, dans la mesure où il sous-entend deux représentations du vin : le modèle chrétien ouvertement assumé et protégé par une origine sacrée – la cène –, dans

7. Symon Semeonis, *Le Voyage de Symon Semeonis* [1330], traduit du latin par Christiane Deluz, dans *ibid.*, p. 979.

8. Voir Jurij Lotman, *La Sémiosphère*, Limoges, PULIM, 1999.

lequel cette boisson symbolise le sacrifice et le don de soi ; et le modèle musulman⁹, qui est un modèle refoulé, non assumé et qui donne lieu à des écarts, à des débauches et à des débordements proches du modèle bachique.

Parallèlement à cette vision très imprégnée du modèle religieux, d'autres formes, cette fois-ci laïques, font leur apparition. La description du culinaire se trouve façonnée par un nouveau regard posé sur l'Autre. Ce dernier ne fait plus l'objet d'appellatifs totalitaires, et ce qu'il mange subit le même affranchissement, se trouvant par suite librement appréhendé par le regard du voyageur. Les récits de ce genre évoquent telle habitude culinaire relative à telle communauté, tel usage culinaire interdit par la confession de telle autre, mais autorisé par une autre partie de la même communauté. Le même bouleversement affecte des topographies alimentaires bien ancrées pourtant. De lieu exclusivement chargé de réminiscences bibliques, Jérusalem devient le centre d'une altérité culinaire aussi riche qu'intrigante. Cela impose entre autres, parmi les conséquences immédiates, la relativité des rites et des interdits culinaires. On peut lire par exemple :

Les Grecs célèbrent la messe avec du pain et du levain [...]. Les Arméniens diffèrent peu des Latins [...], comme les Grecs, ils mangent de la viande seulement deux fois par an, le vendredi. [...]

Les Druses habitent entre Rac et Beyrouth. Ils ne croient pas en Mahomet mais en l'Évangile et ne mangent pas la viande de porc ; on les appelle Sarrasins. Ils ont une religion secrète sur laquelle ils ne veulent pas s'étendre. Ils boivent du vin ouvertement.

9. Le paradoxe du vin existe même dans la culture arabe. Dans le premier texte législatif musulman, à savoir le Coran, l'interdiction du vin n'est pas explicitement avancée comme définitive dès le départ, mais se fait de façon progressive. Les premiers versets annoncent son interdiction pendant la prière, puis cette interdiction devient totale à n'importe quel moment et frappe tout ce qui peut d'une façon ou d'une autre rendre ivre.

Les Raphati habitent à côté du Liban, ne croient pas aux disciples de Mahomet, mais en Mahomet seul. Ils sont hostiles aux Sarrasins et ne mangent pas dans de la vaisselle.

Les Arabes habitent en Syrie, en Égypte, en Berbérie jusqu'en Asie Mineure de part et d'autre du Jourdain, et vivent comme des bêtes sauvages [...] Ils vivent de rapine de lait de chamelle et de viande, sont couverts de vêtements l'été, ne boivent du vin d'aucune sorte¹⁰.

Ces quelques citations de Louis de Rochechouart révèlent la variété des habitudes culinaires, mais au-delà, la possibilité d'autres encyclopédies et d'autres visions, même si le préjugé continue d'opérer avec une force incroyable.

Vers 1549, Pierre Belon du Mans entreprend la rédaction de sa relation qui couvre trois régions : la Grèce, la Turquie et l'Égypte. Cette relation est intéressante dans la mesure où elle offre un nouveau profil de voyageur : il s'agit d'un scientifique d'esprit qui privilégie l'observation et l'expérience et qui se fait une règle à propos du culinaire – « goûter et éprouver avant d'émettre un avis quelconque¹¹ ».

Dès le début de sa relation, plusieurs commentaires à forte visée énonciative viennent appuyer l'annonce faite d'une relation objective qui ne jure que par l'observation et la curiosité en dehors de toute considération pratique, idéologique ou autre. Abordant les Grecs et rappelant les origines nobles et prestigieuses de leur civilisation, les commentaires doublés de descriptions et d'observations s'attardent longuement sur leur manière de boire, très en contraste d'ailleurs avec la simplicité de leurs ustensiles de cuisine. Les Grecs ne mélangent jamais le vin avec l'eau. Les textes sont particulièrement sensibles à la grammaire très stricte de la façon de boire des Grecs. En effet, celui qui tient la bouteille de vin et le verre doit observer une série de règles et les autres doivent s'y conformer. L'ordre est très important et l'on ne peut ni refuser le petit verre ni envisager d'autres configurations une fois qu'on fait partie du cercle. Ici les descriptions tentent

10. Louis de Rochechouart, *Journal de voyage à Jérusalem*, *op. cit.*, p. 1164-1165.

11. Pierre Belon, *Voyage* [1553], Paris, Chandeigne, 2001, p. 32.

de saisir la grammaire de la cérémonie du boire, avec détachement et minutie. L'énumération et le répertoire sont des moyens de consigner avec toute la précision possible les faits et gestes qui accompagnent la cérémonie du boire sans omettre d'esquisser des rapprochements avec d'autres cultures :

Ils s'invitent quelquefois à boire à la manière des Allemands, et alors ils s'entr'acollent, se touchant la main l'un de l'autre, et puis la baisant et l'appliquant au front, et de là s'entrebaisant en la joue tant dextre que sestre ; mais alors ils n'observent pas les rangs en buvant. Et pource qu'ils boivent le fort vin à petits traits, et que cela les altère, ils ont toujours la cruche à eau auprès d'eux, et boivent à même de grands traits d'eau pour se désaltérer : autrement leur soif ne serait pas étanchée¹².

Belon nous donne ensuite une idée précise de la bière fabriquée en Turquie. En effet la *posca* est une boisson proche de la bière et fort répandue dans les tavernes turques, « c'est un breuvage blanc comme lait, épais et bien nourrissant, il entête beaucoup ceux qui en boivent par trop, jusqu'à les enivrer ». Cette sorte de bière est faite d'orge et de millet et est peu coûteuse. Son mode de fabrication est assez simple, paraît-il, mais Belon ne nous dit rien sur le procédé de fermentation utilisé. On prend des graines d'orge ou de millet entières ou cassées qu'on fait cuire dans une chaudière et on laisse cuire jusqu'à obtenir une pâte qu'on met dans de l'eau puis on laisse jusqu'à obtenir une « beuvette épaisse ».

Nous retrouvons presque la même chose chez un autre voyageur célèbre de cette époque. À propos des boissons des Turcs, Antoine Galland souligne le paradoxe des Turcs qui ne font pas de vin chez eux, mais qui le prennent chez les chrétiens. Ce qui est nouveau dans le discours sur le vin, c'est son aspect cosmopolite, qui ne s'attarde pas beaucoup sur le paradoxe du vin, mais passe directement à la façon de boire chez les autres communautés :

12. *Ibid.*, p. 70.

Les autres nations boivent du vin, et en quantité, aussi bien que de l'eau de vie, le vin se recueille du pays et la plupart des marchands achètent le raisin pour le faire eux-mêmes chez eux [...]. Les juifs ne boivent pas du vin fait par les chrétiens – il faut qu'il soit fait par eux-mêmes chez eux – et disent que leurs Khacams ont été obligés de faire cette défense, tant à Smyrne qu'en d'autres lieux¹³.

Chez les Turcs, les boissons les plus prisées sont le *cabvé* et les *cherbet*, c'est-à-dire des sorbets à base de fruits, de glaces et d'épices et qui se déclinent en une impressionnante variété de parfums : on peut en faire à base de violettes, de roses et d'autres fleurs, mais cela est réservé aux plus riches ; pour les moins aisés on en fait en général à base de raisins secs. D'autres curiosités sont évoquées, notamment les types de conservation des grenades et les vertus thérapeutiques de la glace¹⁴.

C'est à partir du xvii^e siècle que l'on remarque une évolution notable dans la saisie du vin, et ce grâce aux échanges économiques et à la découverte de nouvelles boissons telles que le café. Ces échanges économiques ont permis aux voyageurs, souvent de grands négociants issus de la bourgeoisie européenne naissante, de décrire ce que mange et boit l'Autre d'une façon nouvelle.

Lorsqu'on examine le récit de la première expédition de la Compagnie des Indes, on découvre un nouveau discours et de nouvelles références. Chez La Roque, initiateur de cette première expédition au Yémen, le café opère comme un médiateur idéologique, et se révèle en même temps comme l'agent actif d'un imaginaire de l'indolence et de la profusion orientales, thèmes qui seront bien exploités tout au long du xviii^e siècle. Mais ce n'est pas tout, deux aspects particuliers caractérisent ce discours : le premier concerne la construction de nouvelles valeurs idéologiques autour du café, telles que la philanthropie et l'amour des hommes, le second – et c'est ce qui fait sa valeur au niveau des signifiés individuels – érige le café, propice à la découverte de l'Autre, contre le vin, plutôt propice à la perfidie. Il

13. Antoine Galland, *Voyage au Levant* [1678], Paris, Chandeigne, 2002, p. 148-149.

14. *Ibid.*, p. 175.

est intéressant de voir dans les récits de voyage de nouveaux signifiés individuels remettre en question et invalider des signifiés socio-culturels aussi puissants et aussi bien établis que ceux attribués au vin.

Au XVIII^e siècle par exemple, nous retrouvons d'autres récits de voyage qui se démarquent par un discours fantasmagorique sur la nourriture et sur la boisson de l'Autre. Dans un récit comme celui de William Lemprière, médecin anglais ayant visité le harem marocain et par la même occasion s'étant largement penché sur les mœurs culinaires marocaines, ce n'est pas tant le vin qui est mis en cause ; c'est plutôt le fait de manger et de boire sans modération qui est pointé du doigt. La fantasmagorie consiste à remarquer par exemple comment les Marocains boivent sans modération, le vin comme le thé, peu importe, et à établir un lien, grâce à l'enthymème, entre cette absence de limites dans la façon de boire et l'absence de limite en ce qui concerne le sexe. Pour le médecin anglais, les Marocains sont anéantis de débauche, car ils boivent beaucoup et cette situation augmente leur appétit sexuel. La répétition de la boisson favorise la répétition du plaisir sexuel. Le médecin ne nous explique pas comment ni pourquoi. Mais il semble avancer dans d'autres passages, sans établir de lien avec ce qui précède, que le désœuvrement est la cause première de cette frénésie pour la boisson, principalement le vin et le thé.

Au XIX^e siècle, siècle de l'expansionnisme européen en Afrique et en Asie, nous assistons au retour du discours totalitaire sur le vin, mais avec une particularité topographique. Le vin est étroitement lié à la description du ghetto juif et aux rapports entre juifs et Marocains. L'évocation de ce lieu est liée au vin ou à l'alcool en général parce que les juifs étaient les seuls autorisés à le fabriquer et à le débiter selon la loi musulmane. Dans un texte *Fès ou les bourgeois de l'Islam* des frères Tharaud par exemple, ce qui est intéressant pour le voyageur, c'est la confrontation entre deux personnages et par la même occasion entre deux cultures du vin et de la boisson ; ici l'évocation du Mellah et du vin se double de signifiés individuels propres au voyageur. Lorsque le voyageur évoque sa fréquentation des cabarets juifs et sa rencontre – distante – avec les autres clients, la forme

de l'aveu et le ton intimiste ne sont pas les seuls éléments à prendre en considération, comme on le voit dans ce passage :

J'y ai passé moi aussi bien des heures, dans ce vermineux Mellah, entraîné par le mystérieux attrait qu'exerce sur moi la vie juive. Un attrait au fond assez pareil à celui qui emporte le Fassi vers le cabaret clandestin. Non pas que j'éprouve, comme lui, du goût pour la *maia*, qui n'est qu'un affreux tord-boyaux, ni que j'aie l'envie de séduire la femme du cabaretier, mais à moi aussi ce Mellah versait sa liqueur extravagante¹⁵.

L'aveu de culpabilité exprimé ici par le « je » énonciatif et par le « moi aussi » va au-delà du témoignage et focalise le passage autour d'une boisson, la *maia*, sorte d'eau-de-vie produite exclusivement au Maroc par les juifs. La topographie alimentaire du Mellah prend ici des allures de paradis artificiel, avec ses fleurs malades et ses plaisirs défendus ou honteux. Pour une fois, le voyageur et le Fassi se sentent proches, mais ce n'est qu'un détour, une rencontre éphémère. La concession introduite par *non pas* tient à spécifier qu'il ne s'agit pas des mêmes besoins ni des mêmes motifs ; l'enivrement recherché par le Fassi à travers cette boisson qualifiée de façon hautement péjorative d'« affreux tord-boyaux » (notons la redondance) n'est pas le même que celui recherché par l'énonciateur, qui parle de façon métaphorique d'une sorte de « liqueur extravagante ». Notons par quel détour l'évocation du « tord-boyaux » appelé *maia* est fondatrice d'une morale où l'auteur spécifie que son enivrement n'a rien à voir avec celui du Fassi dont il dénonce le côté immoral (se soûler avec du mauvais vin et séduire la femme du cabaretier), car il est d'un autre ordre, moins vulgaire et plutôt intellectuel, exprimé ici par « attrait mystérieux » et « liqueur extravagante ».

La morale du vin est exploitée aussi dans la description des soirées galantes organisées par quelques libertins marocains. C'est à travers l'histoire de Sidi Feddoul, un riche seigneur fassi qui a dilapidé sa fortune à cause des *chikhats* et du vin, que la description de ces am-

15. Jérôme et Jean Tharaud, *Fès ou les bourgeois de l'Islam*, Paris, Plon, 1930, p. 190.

biances est introduite. La description est celle d'un dîner libertin bien arrosé avec « fillettes » et « promiscuité » :

Suivant la *quâida* (la coutume), vers les neuf heures du soir, les négresses apportent une douzaine de bassins de cuivre, coiffés de capuchons de paille, sous lesquels se tiennent au chaud les couscous, les poulets et les ragoûts. Invités, musiciens, *chirat*, tout le monde s'installe autour des tables basses, où les plats passent tour à tour. Quand les gens d'une table ont pris avec les doigts ce qui leur convenait, le plat est emporté à la table voisine, d'où il passe à une autre, et à une autre encore, jusqu'à ce qu'il ne reste plus rien [...].

Les fillettes font circuler le verre de vin à la ronde, en le faisant tinter d'abord contre leurs boucles d'oreilles, dans ce geste rituel qui semble avoir pour effet de monter en alcool, et de plusieurs degrés, le breuvage épais et noir. Ah dans ces nuits de Fez, que devient la loi du prophète ? En voyant l'état frénétique où le vin jette tout ce monde, comme on comprend que Mahomet ait mis ses adeptes à l'eau¹⁶.

Le passage est placé sous le signe de la *quâida*, mot-clef polysémique qui désigne la règle ou l'usage des « connaisseurs », et renvoie ici à un rituel et à un usage fort connu des milieux libertins ou *Nchaywiyas* marocains. Mais un élément important dans la description du début du dîner surprend – celui des plats qui circulent d'une table à une autre, détail confirmé par une autre notation culinaire tout aussi surprenante : « ont pris avec les doigts ce qui leur convenait ». Il tend à attirer l'attention sur le rôle de catalyseur du repas, sur l'absolu du partage et sur le refus des sphères de l'intime. Aucune règle, aucune syntaxe ne vient perturber cette liberté totale de l'aliment de circuler et de s'offrir à chacun et à tous en même temps. La distribution des verres de vin par les fillettes, diminutif à valeur métonymique, vient ratifier la dimension hors-société, hors-règles de cette soirée bien arrosée. L'ambiance est à la fois culinaro-fétichiste – faire tinter les verres contre les boucles d'oreilles – et alchimico-ésotérique

16. *Ibid.*, p. 194.

– avec le motif du « breuvage » qui se métamorphose. La morale du vin resurgit ici *via* l'interrogation de l'auteur – qui dénonce l'absence totale de contrôle – et l'évocation de l'interdiction par Mahomet du vin, pour donner à cette fête organisée par Sidi Feddoule une dimension culturelle.

Mohamed Bernoussi

Université de Meknès

À la rencontre de l'Autre : le vin comme analyseur sémiotique

Dans l'empêchement des vies individuelles et collectives, dans l'enchevêtrement de toutes les histoires du monde, certains fils judicieusement tirés permettent de se repérer un minimum, de commencer voire d'approfondir l'opération, nécessaire, de désintringation¹. Le vin, dans les sociétés occidentales et occidentalisées, est un de ces fils majeurs, ce qu'on appellera un analyseur² – au sens de révélateur spécifique d'un nœud au sein des enchevêtrements et des empêchements. D'un point de vue sémiotique, il y aura le *texte*, qui est le vin lui-même, autour duquel se développent des discours spécifiques qui relèvent la plupart du temps de la dégustation, professionnelle ou pseudo-savante, dans le style des soirées huppées ou dans le genre des clappements de palais au zinc du bar. Mais il y aura aussi le *co-texte* et le *contexte*. Du premier, deux figures au moins sont à retenir : le contenant, avec sa hiérarchie de valeurs sociales (pichet, bouteille, carafe, etc.) ; et l'étiquette (qui peut valoir pour elle-même – on citera le fameux mot de Mark Twain dans *A Tramp Abroad* (*Un vagabond à l'étranger*, 1880), qui qualifie péjorativement le vin des Autres : « Le vin allemand se distingue du vinaigre grâce à l'étiquette » –, ou pour son élaboration graphique, verbale et iconique, généralement à portée publicitaire, dont la gradation sensorielle va de l'attrait chromatique un peu vulgaire à un raffinement esthétique poussé³). Quant au contexte, qui est en même temps un contexte d'énonciation, il admet de multiples subdivisions, comme le mode de fabrication, le mode de conservation – où s'insinuent assez facilement l'exaltation de *mon* vin et la critique de *son* vin –, le lieu de consommation (si je suis chez *moi* ou chez *toi* – c'est là un marqueur décisif d'identification et un prétexte à la prolifération énonciative), ou encore le

1. Voir Wilhelm Schapp, *Empêtrés dans des histoires. L'être de l'homme et de la chose* [1953], Paris, Cerf, 1992 ; et Michel Costantini, « Argos, le fameux chien d'Ulysse, qui attendait son maître (Sémiotiquement vôtre 3) », *Littérature*, n° 163, septembre 2011, p. 7-19.
2. Voir René Lourau, *L'Analyseur Lip*, Paris, Union Générale d'Éditions, 1974.
3. Voir Chiara Vigo, *Arte e vino. L'etichetta d'autore come immagine del gusto*, Venezia, Cicero, 2007.

mode de consommation, d'ingurgitation, voire de régurgitation⁴. On se contentera aujourd'hui d'illustrations partielles des quatre points suivants : la déstabilisation de l'identité, les reconstructions fictives de l'identité, l'évaluation et l'ajustement des identités, et enfin la construction d'un concept fantasmé (ce dernier point permettant d'étudier le mouvement de l'altération à l'appropriation).

Déstabilisation de l'identité : la dialectique de Cana

Le Sujet peut être déstabilisé par l'événement : le vin est un excellent analyseur de cette remise en cause, comme le montre – richissime exemple voué à une impressionnante postérité dont on ne citera que le parodique et rabelaisien « Et paour ne ayez que le vin faille, comme fist es nocces de Cana en Galilée » – le récit des nocces de Cana dans l'Évangile de Jean (2, 1-11). Celui-ci fournit une matrice de compréhension de la fonction signifiante du vin, au cœur du signe initial, présenté en l'occurrence comme déclencheur de la foi en la mission de Jésus-Christ. Mais avant de nous faire passer à la dimension universelle, et même transcendante (le vin est substitué du sang de Dieu fait homme, il est à la jonction avec l'Autre majuscule), le texte nous situe au niveau des voisins (et même de cet étrange et inquiétant voisin très proche qu'est l'autre moi-même), ainsi qu'au niveau de la famille élargie aux proches : dans ce passage des Évangiles, par exemple, nous sommes entre nous, mère (Destinateur mandateur) et fils (Sujet opérateur), marié et mariée, invités et serveurs, et l'architrclin, le maître du repas ici en sa fonction de sommelier évaluateur (Destinateur juge et du coup converti subit⁵). On se souvient de l'étonnement de cet homme : le meilleur vin est servi, contre toute attente car au rebours de la coutume, *après* le moins bon. L'événement, en-deçà de toute interprétation, déstabilise le Sujet, fait vaciller ses habitudes ; il se produit pour combler la

4. « Malaise postprandial », comme disent Danielle Gourevitch et Mirko D. Grmek dans *Les Maladies dans l'art antique*, Paris, Fayard, 1998, p. 118.

5. « Cil te doint foi q'i de l'aigue fist vin / et sist as nocces del saint Arcedeclin », résume brutalement la chanson de Raoul de Cambrai, au XI^e siècle.

formation à peine perçue ou simplement imminente d'un manque (il n'y a plus de vin), mais le comblement dépasse l'espérance. Le vin initial de Cana était, à n'en pas douter, vin local ou non, du vin coutumier – au moins pour les fêtes. Son goût ne troublait pas l'ordre des choses, qu'on en apprécîât ou pas la différence avec le plus ordinaire, qu'on louât ou pas le fiancé pourvoyeur. Le vin final de Cana, c'est l'intrusion brutale du vin de l'Autre.

Pourtant le vin c'est d'abord le partage du Même, sincère ou trafiqué : si le Saumur rouge est dit le vin des rois, si le Saint-Pourçain blanc est dit celui des papes, s'ils le furent plus ou moins réellement à un moment donné de l'histoire (mais sans grande certitude, notamment entre rouge et blanc, et surtout sans exclusivité ; ainsi le second ne fut guère apprécié que par les pontifes d'Avignon, voire par le seul Clément VI, et déclina terriblement à partir de son successeur Innocent VI), aujourd'hui ce ne sont guère qu'arguments pour étrangers, voire sornettes pour naïfs ; si donc tout cela reste vrai, néanmoins c'est du partage du vin des Autres (prestigieux par les titres et l'ancienneté) qu'il est question, et d'un partage de ce fait démocratique, démocratisé (des rois et des papes à l'acheteur quelconque), de même que se présente comme démocratique, le 11 juillet 1789, la fameuse « prise de la Courtille ». Cette destruction des barrières nouvelles de l'octröi par un peuple de Paris habitué au vin bon marché et partagé des guinguettes, extérieures encore, de Belleville et de Ménilmontant⁶ exprimait la dynamique d'un partage nié par autrui et revendiqué pour soi, refusé, ou plutôt menacé par *toi* et enfin obtenu ou plutôt préservé par *moi*, qui m'affirme à cette occasion comme Sujet. Ce n'est plus la statique coutumière du partage acquis et traditionnel des classes laborieuses (et dangereuses), ce qui suit est un partage révolutionnaire qui change de *on*, fait bientôt basculer dans le pillage et entraîne un nouveau partage, d'un autre type : celui des vins aristocratiques que les sans-culottes trouvent dans les caves des émigrés⁷. Le vin devient alors un synonyme très concret de liberté

6. Voir Geneviève Lafrance, « Liberté, Égalité, Ébriété », *CONTEXTES*, septembre 2009, en ligne : <http://contextes.revues.org/4502> (consulté le 20 juillet 2019).

7. Voir Louis-Sébastien Mercier, *Le Nouveau Paris*, Paris, Fuchs, 1797.

et d'égalité, sans parler de l'évidente fraternité ainsi promue, donc une figure sémantique de la revendication et de l'opération révolutionnaire elle-même. De la même manière, Serge Eisenstein sublimerait le pillage du Palais d'Hiver : « dix bouteilles, cent bouteilles, un fût détruits ne représentent rien que du vin. Mais plusieurs fûts éventrés sont une crue, le fleuve balayant les écuries d'Augias, le torrent de la Révolution, la liberté des eaux après le dégel au printemps, le sang généreux du prolétariat⁸ ».

Le vin c'est le partage, et le témoin coutumier d'une identité de groupe : quiconque veut changer la coutume s'expose à un problème. La coutume fonde l'identité de la Mêmesé, que vient ainsi parfois perturber l'événement souvent créé par le manque (ou la crainte du manque) et son comblement, en position, comme à Cana, de méjugement – c'est-à-dire de dépassement des espérances. Et alors s'introduit l'Altérité, créatrice potentielle d'une autre identité, d'une autre facette ou nuance d'identité. D'où ce paradoxe, que la recherche ou la défense du Même peut aboutir à découvrir le vin de l'Autre, un peu ou tout de la richesse (qu'elle soit théologique ou économique, ethnologique ou gustative) que celui-ci recèle, et entraîner le Sujet à reconnaître la supériorité de ce vin d'autrui. Le vin fourni par le Christ est bien meilleur, le vin des aristocrates est bien supérieur, et je puis être amené dès lors à désirer faire mien – à m'approprier, donc en un sens à souhaiter qu'il me représente partiellement – le vin d'autrui, désormais *non autre*.

Reconstructions fictives (et promotion) de l'identité

De nos jours, nombre de stratégies d'identification visent à se proclamer dans la sphère du Même. Recenser les filiations, plus supposées qu'assurées, des cépages et des crus pratiqués dans une anti-qualité locale, souvent médiévale, mais parfois aussi et de plus en plus romaine, grecque ou phénicienne selon les pays, tenter de retrouver

8. Barthélémy Amengual, *Que viva Eisenstein !*, Lausanne, L'Âge d'homme, 1981, p. 217.

la réalité de ces cépages, voire d'imiter les procédés de vinification : on voit proliférer de tels discours de retrouvailles du Même, qui restent tout de même improbables, à tout le moins très approximatives (quoiqu'il ne faille pas préjuger de l'efficacité des techniques les plus récentes utilisées à cette fin). Si le *retsina* grec d'aujourd'hui se recommande d'une antiquité certaine en pays hellène, et chez nous de la tradition du poissé romain, du *picatum*, c'est au prix, soyons-en sûrs, de changements techniques importants, qui en font plus un « avatar » qu'un « vestige » du vin antique ; en France, dans l'Isère, les vignobles de Seyssuel, en écho à la tradition des vins de Vienne chantés par le poète latin Martial, capteront des noms latins trouvés chez Pline, tels que Taburnum, Heluicum, sans oublier le Saxeolum (selon une étymologie possible du nom du village), et l'on parlera de « renaissance » ou de « résurrection », comme un peu plus au nord, en Haute-Savoie, dans le canton presque homonyme de Seyssel, on remontera jusqu'aux Allobroges, dont on captera le nom pour désigner une cuvée, tout en reprenant la *même* citation de Pline... et le goût, plutôt que le fait actif, du poissé. Ainsi, les dénominations et les interprétations (notamment autour des notions, dans l'exemple précédent, de *vitis picata* et de *vinum picatum*) viennent à la ressource : tel, en Crimée, nomme Phanagoria une entreprise vinicole d'aujourd'hui, du nom de l'antique colonie grecque implantée là, qui y planta la vigne dès le VI^e siècle avant J.-C. ; tel autre, dans le sud de la France, cherchera à remplir une amphore de facture moderne – soit une fausse Mèmeté du contenant – sous prétexte que sa vigne descend, non certes sans secousses, de vignobles romains voire grecs.

Quand le commerce et ses stratégies conquérantes font ainsi, en une dialectique plus ou moins biaisée de la continuité et des discontinuités, se combiner les retrouvailles avec le vin antique, les ascendances médiévales factuelles, le culte de l'authentique et la valorisation du terroir, on en vient à exalter l'autochtonie : c'est un grand *topos* du discours œnophile d'aujourd'hui que d'exalter le vin qu'on fait ou qu'on boit sous le double angle de l'origine et de la réactualisation (le discours porte alors très souvent sur les cépages). L'autochtonie, ce thème célèbre, touche à bien des domaines, mais il est toujours appelé au secours de la constitution d'une identité forte,

garantie, bien établie dans ses fondements. On vantera « le cépage autochtone de Lambrusco », ses raisins d'origine très ancienne, cultivés dans la plaine de Modène, pour le... *Lambrusco di Modena*. On utilisera aussi le parler local. Parmi les acheteurs de tel vin de Cogolin, du côté de Saint-Tropez, très peu pratiquent ou même comprennent le provençal. Pourtant, prétendant insinuer l'idée que le soleil (trait majeur du *Je* émetteur) passe dans le raisin puis dans le vin (offert au *Tu* destinataire), et que si autrui boit ce vin, s'il se l'approprie, le soleil pénétrera dans son cœur, des étiquettes attachées le disent en cette langue (« *lou soulèu penetrará dins vòstro còr* »). Cela *fait* authentique, et cherche à capturer/captiver autrui. Reste que, sur le mode continu (l'autochtonie pratiquement toujours fantasmée) ou discontinu (le renouveau pratiquement toujours faussé), ces pratiques prétendant ancrer le Même dans le Même fonctionnent comme vecteurs du passage à l'Autre, par le biais du non-Même. Je vous fais connaître mon vin, je vous transmets plus que son goût, sa robe, son bouquet, je vous transmets aussi ses valeurs, je vous donne, si vous l'aimez, si vous en redemandez, si vous en emportez, si vous en importez, un peu de ma « lambrusquité », de ma « cogolinitude », de ma « romanité », de ma « grécité », etc.

Le Même très affirmé devient un peu le familier de l'Autre ; parce que l'Autre absolu – celui avec qui de toute évidence la réalité a rompu, celui avec lequel il y a une énorme faille –, c'est le vin d'où nous venons, le vin antique, grec d'abord en France, lié ensuite à l'expansion romaine (et au goût des Romains), le vin qui du pays de Galles à la péninsule russe de Taman nous a faits viticulteurs et œnophiles. Et s'il est peu sûr que nous aimions le vin coupé chaud, le vin coupé refroidi à la neige, ou le *mulsum* avec ses cinquante épices, s'il est peu sûr que nous goûtions davantage le *grillo*, cépage de Sicile, dit « autochtone » mais aussi bien supposé venir des Pouilles, qui vient il y a quelques années d'être replanté à Mozia, vendangé, vinifié, fermenté « comme chez les Phéniciens » de Motyè il y a deux mille ans, il est en revanche certain que ces vins de retour ni vraiment antiques ni vraiment modernes ne deviendront pas notre vin familier, notre vin identitaire. Ce n'est sans doute pas cette voie qui nous aidera à nous construire une identité propre. Entre compromis néces-

saires pour la commercialisation et discours plus ou moins biaisés de l'authenticité, les charmes des reconstructions ne permettront guère la construction, ni même la juste déconstruction de l'identité du Sujet. Même que soi et donc exotique (au sens propre et par définition) pour les autres – exilés de retour, expatriés soucieux de retrouver on ne sait quelle enfance ou adolescence, en quête donc d'un vin « non-autre » qui les ré-identifie, ou étrangers désireux de connaître l'Altérité, de partager le goût de l'Autre à travers la dégustation d'un vin « non-même » –, l'identité proclamée dans sa dimension historique n'est que rarement justifiée historiquement, en tout cas ne saurait suggérer qu'avec force médiations, ou une forte projection, lointaine autant qu'hypothétique, dans l'avenir, une simili- ou une pseudo-identification.

Évaluation et ajustement des identités

Le vin de l'Autre peut être également, si je suis méchant homme, celui que je réserve à autrui pour lui signifier, avec plus ou moins de tact, qu'il est bien autre et indésirable, pas digne de goûter le bon vin. Le poète de théâtre comique Hermippos – grand voyageur, au moins en vers – nous permet de tester du sud au nord, en Libye comme en Bulgarie. tant les maquereaux de l'Hellespont et les bœufs de Thessalie que le fromage et le porc syracusains, tant les raisins et les figues séchés de Rhodes que les dattes du palmier de la lointaine Sidon. Mais le vin ? Hermippos excellait à distinguer le vin de l'Autre, et même *le vin pour l'Autre*. Contrairement à l'opinion commune, lui qui vraiment a le nez du vin, lui qui distingue l'odeur divine de la violette, de la rose, de la jacinthe, ne croit pas que le Pipéri, ce vin que le médecin Apollodore recommandera au roi d'Égypte Ptolémée, soit véritablement le meilleur des crus. Pour Hermippos, au contraire, ce produit de Péparéthos (ou Pipéri, version vénitienne, une des Sporades du Nord, aujourd'hui Σκόπελος) est horrible, et Hermippos préfère nettement celui de Mendè, sur la côte thrace⁹ : « Et celui-ci pour mes amis, tandis qu'aux ennemis /

9. Surtout le *saprias*, une sorte de *rancio*.

Nous réservons le Pipéri ». À chacun sa boisson, à chacun sa façon de boire. Le goût personnel ici détermine le statut du vin, et le vin que l'on sert en fonction des gens révèle le point de vue du donateur sur le destinataire.

Pour rester chez les Grecs anciens, rappelons que toutes ces réalités – pour qu'il soit bu, il faut que le vin soit fabriqué, qu'il soit conservé, qu'il soit versé d'un contenant dans un autre et pris dans le gosier, directement ou à la régolade (en termes narratologiques : il faut, pour réaliser le programme de base, un enchaînement réglé de plusieurs programmes d'usage) – qui fondent l'identité narrative de l'Objet (le vin), mais aussi, partiellement, celle du Sujet (le buveur, individuel ou collectif – on ne compte plus les études ethnologiques sur les modes de vendange, de vinification, de conservation, de consommation, particuliers à tel ou tel groupe), peuvent devenir l'objet d'un discours qui constitue un monde de représentations partagé par quelques-uns ou par beaucoup, des *on-vrai* plus ou moins extensifs, plus ou moins concentriques. Donnons donc un exemple ancien, où l'expression linguistique finit par se figer et par figer une représentation qui n'est pas forcément fidèle à la réalité. Les Grecs de l'Antiquité ont tardivement distingué, pas toujours de façon univoque d'ailleurs, deux « vins des Autres » en ce qui concerne le mode de consommation : *boire à la thrace* signifiait « cul sec », et *boire à la scythe* « du pur » (dans l'Antiquité on buvait normalement et généralement – en l'occurrence il ne semble pas y avoir lieu de distinguer – le vin coupé, mélangé selon des dosages savants, le plus souvent cinq parts d'eau pour deux ou trois de vin, dans le mélangeur, le *cratère grec*). Pourtant, certains Grecs n'étaient pas en reste, en réalité, et ils en témoignent eux-mêmes. Preuve que les façons de l'Autre ne sont qu'un repoussoir pour soi, et que le Thrace ou le Scythe ne sont en somme que soi-même comme un Autre, soi-même révélé comme un Autre, dans ses excès ou dans ses rêves. De nos jours, les refus plus ou moins déguisés de vente ne disent pas autre chose, même si c'est dans l'autre sens et d'une autre façon. Quand un marchand de vins décèrte qu'il ne se défera pas de crus très chers sans avoir discuté longuement avec l'acheteur pressé autant qu'argenté, ou s'interdit de vendre six bouteilles d'un même vin – de niveau exceptionnel s'entend –, cela

suppose un souci d'adapter le Sujet-destinataire à son Objet encore mal évalué (au goût du vigneron-vendeur), parce que non réellement apprécié, par un consommateur qui n'a même pas commencé le cheminement vers le juste goût, vers la réelle appropriation du *je-vrai* du producteur.

De l'altération à l'appropriation : construction du concept-fantasme

Désigner l'Autre comme Autre, c'est déjà avoir de lui une certaine approche, c'est déjà être engagé sur le chemin de la rencontre, dont la genèse théorique obéit aux étapes d'ignorance, d'abordage, de description, de comparaison, de confrontation, d'altération, d'adaptation, d'ajustement, et plus avant, éventuellement, de co-création, de co-production, voire de fusion¹⁰. Lors des bouleversements et mutations de l'histoire – même s'il s'agit de petits événements de ma vie quotidienne, *a fortiori* dans le cas des grands chamboulements collectifs –, tel vin peut se révéler chargé des valeurs du Même, tel autre de celles de l'Autre, et la question devient celle de l'évaluation de ces valeurs. Exemple est à cet égard la révolution d'Octobre en Russie : « vin » est associé fortement à « richesse » et à « aristocratie », l'accumulation du vin de qualité est le symbole même de la boisson de l'Autre. D'où la valeur exemplaire du pillage des caves. Mais cette appropriation « démocratique » n'est pas sans ambiguïté : elle risque de tourner à l'aliénation¹¹, le vin des riches, c'est-à-dire en l'occurrence le vin tout court, peut devenir du poison pour la liberté, une source de désordre et de dispute parmi les combattants, bref un instrument contre-révolutionnaire, un destructeur de bolcheviks.

10. Voir Michel Costantini, « De quoi la médiation est-elle médiation ? », dans Denis Bertrand, Marion Colas-Blaise, Ivan Darrault-Harris et Verónica Estay Stange (dir.), *Sens et médiation*, Paris, AFS Éditions, 2016, en ligne : <http://af-semio.fr/wp-content/uploads/Sens-et-m%C3%A9diation.-M.-Costantini.pdf> (consulté le 20 juillet 2019).

11. Voir François-Xavier Nérard, « Une épopée du vin : pour une histoire de la consommation du vin en Russie, puis en URSS », *Territoires du vin*, n° 2, septembre 2009, en ligne : <http://revuesshs.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/document.php?id=640> ISSN 1760-5296 (consulté le 20 juillet 2019).

Mais cette appropriation discutable fait fond sur une histoire déjà complexe de rencontres plus ou moins avancées. La langue russe a longtemps nommé вино (*vino* – d'étymologie directement indo-européenne ou par transcription du grec byzantin prononcé *inos* croisé avec le latin *vinum*) une boisson faite à partir de blé, de seigle, voire de baies fermentées, et même... de raisins – même si le mot vise en particulier, la plupart du temps, ce qui, dans les années 1730, va progressivement se différencier nettement, pour des raisons commerciales et fiscales : la *vodka*, la « petite eau ». C'est alors que se répandent en Russie les vins français, et surtout le goût du champagne, que chanteront les poètes, dont Pouchkine. Je m'approprie le vin de l'Autre, j'approprie pour ma caste (encore un *on-vrai* restreint) le vin de l'Autre, le meilleur de ses vins ; mais cette altération se transforme en co-production : le champagne importé de la première moitié du XIX^e siècle – Clicquot de préférence, ou Roederer – se transforme, dans la deuxième moitié, en шампанское (*shampanskoe*), du vin champagnisé qui en porte le nom mais qui est issu de l'Empire russe, principalement de Crimée (et même, renouant avec les souvenirs vinicoles grecs, de Tauride) – c'est en 1878 que le prince Lev Sergueïevitch Golitsyne commence à le créer dans ses vignobles de Novyï Svet, qu'on traduira selon son goût par « Nouveau Monde » ou « Nouvelle Lumière ». Il ne s'agit plus du vin de l'Autre, mais bien du vin de soi que l'on a créé par appropriation de l'Autre. Nous restons toujours, cependant, dans les hautes sphères, les caves du tsar ou des grands aristocrates, puis celles des très riches bourgeois – symbole d'un monde honni –, jusqu'à ce que le camarade Staline demande à ce que les travailleurs stakhanovistes puissent s'offrir du champagne, ou plutôt du *shampanskoe* – et il y aura bien entendu du советское шампанское, du *shampanskoe* soviétique, une sorte d'oxymore. Après la décommunisation, il n'y eut qu'une lettre, qu'un son à enlever pour revenir aux origines : *sovetskoe shampanskoe* devient *svetskoe shampanskoe*, le champagne du Monde (dans la vente, on traduit maladroitement par « mondain » ou « séculier »), c'est-à-dire quasiment celui de *Novyï Svet*. L'histoire langagière, ou lexicalo-culturelle, nous fournit parallèlement un exemple remarquable d'assimilation, de transformation et de fusion en quelque sorte du vin du Même et du

vin de l'Autre avec le mot russe кароп (*kagor*), prononciation locale de la ville (et du vin) de Cahors. Depuis le xii^e siècle sans doute, les vins de messe utilisés par l'Église orthodoxe étaient importés, pour l'essentiel du Cahors, des vins puissants et moelleux – le cépage en est l'auxerrois rouge –, au point que le terme en vint à désigner, non sans une certaine confusion, à la fois tel vin de dessert et le vin de messe – quelle que fût leur origine, bien entendu (la Crimée, avec sa fameuse cave de Massandra, développa dès le xviii^e siècle une imitation, le *kagor* local).

Le meilleur vin est celui par lequel le Sujet construit et conquiert son identité, à coups de continuités et de discontinuités, de mémoire et de cassures, d'oublis et de remémorations, d'aliénations et d'appropriations. Le vin trace un parcours mythique en ce sens que, fondé sur des faits réels et sur des couches successives d'interprétations de ces faits, il structure un discours complexe, un *muthos*, dont émerge une parole distincte plus ou moins consciemment élaborée, plus ou moins fermement assumée, plus ou moins abondamment développée, avec son cortège d'approximations, d'amplifications voire de mensonges, aux autres et à soi-même. Si le meilleur vin est identitaire, il s'agit d'une identité dont je n'hérite pas, mais que je me forge. En ce sens, l'utilisation littéraire des vins de Moselle par Maurice Barrès est exemplaire, comme si ce pouvoir de catalyseur et d'analyseur que possède le vin était étalé au grand jour. Partons d'un fait établi : Barrès est né en Lorraine, dans la partie qui ne sera pas annexée par les Allemands l'année de ses huit ans. Ajoutons un autre fait non moins établi : son ascendance paternelle est entièrement auvergnate. Or il s'agit pour lui, dans ce que nous considérons aujourd'hui, d'établir une opposition radicale entre l'envahisseur et l'envahi, entre l'Allemand et l'habitant des marches de cette France dont il exalte l'unité – unité de culture, ou plutôt de civilisation, unité et unicité du génie, de l'*ingenium* de la nation. Une phrase d'*Au service de l'Allemagne* (1906) évoque fort significativement « l'antique vertu alsacienne qui soumit toujours la brutalité germanique à la spiritualité latine », et Barrès s'interroge : « Comment cette "marche" demeurera-t-elle un instrument civilisateur français ? » Oubliant tout ce que la France considérée dans son intégralité recèle de german,

de franc, de celtique, il n'a de cesse d'exalter une « latinité » sinon pure, du moins plus que dominante, constitutive de l'être-français. Une « latinité » fantasmée, pensée comme un complexe montage du Même et de l'Autre, comme un assemblage de Mêmes qui sont des Autres et de non-Mêmes qui sont des non-Autres.

C'est dans ce contexte que le vin prend toute sa dimension créatrice et révélatrice. On a pu montrer comment le vin de Moselle se latinise sous la plume de Barrès¹². Ne caricaturons pas : de même que Barrès est fasciné par la culture allemande, qu'il respecte, même avec de vives réserves, et souvent admire, à travers des figures comme celles de Goethe et de Fichte, de Nietzsche et de Wagner (ne s'est-il pas rendu à Bayreuth lors de son voyage de noces en 1891, et l'année suivante de nouveau, écrivant *Le Regard sur la prairie* à propos d'une représentation de *Parsifal* à laquelle il assista ?), de même il ne récuse pas les qualités du vin allemand, tranchant la question de la préférence « en [s']enivrant alternativement du vin de Goethe et du vin de Mistral », comme il l'affirme dans ses *Cahiers*. Ce qui est tout à fait remarquable cependant, c'est qu'un double mouvement semble l'animer, ce qui va avoir des retombées contradictoires sur sa « théorie du vin ». Ce double mouvement consiste à résister à la germanisation de la France et à romaniser les Allemands de la Germanie brutale. Alors le statut objectif de *marche* de l'espace alsacien-lorrain se transforme en valeur active attribuée à cet espace qui devient terre de mission civilisatrice. Dans ce contexte-là, où Barrès n'a de cesse de *latiniser* cette terre et ses produits, qu'il s'agisse des peintres (comme Claude Lorrain), des paysages, des « petites villes rondes, cernées de leurs remparts¹³ » ou des pratiques culinaires, le vin devient l'analyste privilégié de cette opération. Choix de la boisson, mode de consommation : nous retrouvons cette séparation avec autrui, en l'occurrence l'Allemand qui ne boit pas de vin, mais s'abreuve de bière, et qui, si d'aventure il boit du vin, ne sait pas le faire, s'enivrant déplorablement comme un vulgaire Scythe. De la

12. Voir Daniel-Henri Pageaux, « Vin et latinité dans l'œuvre de Maurice Barrès », dans *Imaginaire du vin*, Marseille, Jeanne-Laffitte, 1983, p. 191-200.

13. Maurice Barrès, *Au service de l'Allemagne*, dans *Romans et voyages*, t. II, Paris, Laffont, « Bouquins », 1994, p. 215.

sorte, le vin de l'Autre, reconnu en début de processus, est finalement nié dans le discours lui-même. Le syntagme « vin du Rhin » apparaît impossible, il n'y a que du vin de Moselle, qui plonge ses racines dans l'Antiquité et la latinité même des discours, comme celui du poète latin Ausone célébrant à l'égal de sa propriété de Bordeaux la beauté des collines vinifères de Lorraine, ou, deux siècles plus tard, celui de Venance Fortunat – poète¹⁴ et bon connaisseur de vin, puisque né à Valdobbiadene près de Trévis, la patrie du *prosecco*, cépage et vin –, qui a chanté entre autres les coteaux messins¹⁵. Chez Barrès, l'amalgame et les glissements progressifs servent l'identification d'un vin spécifique à une supposée réalité universelle (un *il-vrai*) où se mêlent et se combattent le Même et l'Autre, latinité *vs* germanité, avec leurs corollaires (et subcontraires) biaisés et paradoxaux, le non-Autre rejeté (le vin du Rhin) et le non-Même adoubé (le vin de Moselle).

Michel Costantini

LHE (EA 7322), Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis

-
14. Venantius Honorius Clementianus Fortunatus, décédé en 609 à Poitiers, dont il fut l'évêque. Poète remarquable et musicien, il composa le premier *Pange lingua*, dont s'inspira Thomas d'Aquin.
 15. Voir Évrard Delbey, « L'eau et le vin. De l'élegie classique à l'élegie chrétienne », *Babel*, n° 12, 2005, en ligne : <http://journals.openedition.org/babel/1011> (consulté le 20 juillet 2019).

Convivialité et œno-bistronomie : pratiques et usages, entre identité et altérité

La table symbolise et matérialise un besoin universel de socialisation. Lieu de vie en commun, elle circonscrit aussi un espace où les conflits se gomment, s'ajournent ou s'annulent. C'est un lieu où s'amorce le lien social, un terrain propice au partage et à l'échange. La table signifie déjà, dans l'espace tribal et communautaire des sociétés primitives, un lieu de rencontre et de partage. Elle devient, à l'Antiquité, un lieu commun de régulation des relations familiales. Par extension, elle représente également un vecteur d'échange dans des circonstances diverses de la vie sociale. Entre sphère privée (repas familial ou entre amis) et sphère professionnelle (repas d'affaires), voire publique (repas de quartier), la table s'érige aujourd'hui en « scène » qui accueille les performances, au sens culturel, de multiples « acteurs ». Si le partage de bons mets et le plaisir de la conversation sont consubstantiels à toute table conviviale¹, l'attachement au (bon) vin traduit, en France, une culture du repas qui promeut à la fois les rituels de l'hospitalité, la terre avec ses hommes et son terroir (identité) et la valorisation de l'Autre², avec sa différence et sa somme d'inconnu (altérité).

La bistronomie émerge et se positionne comme une expérience de restauration qui apporte, aujourd'hui, une réponse à une demande sociale de « convivialité revisitée » et réenchantée, à l'image de la cuisine de cette nouvelle tendance du marché de la restauration. En 1992, c'est le chef Yves Candebore qui initialise le phénomène : une certaine décontraction en salle, une ambiance conviviale où l'on parle à ses voisins, des recettes gastronomiques, certes, mais élaborées

-
1. Voir Mihaela Bonescu, *Convivialité et communication. De l'imaginaire social à la gare communicante*, thèse de doctorat, Université de Bourgogne, 2007 ; Jean-Jacques Boutaud, *Le Sens gourmand. De la commensalité – du goût – des aliments*, Paris, Jean-Paul Rocher, 2005 ; et Jean-Pierre Corbeau et Jean-Pierre Poulain, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, Paris, Privat, 2002.
 2. Voir Denise Jodelet, « Formes et figures de l'altérité », dans Margarita Sanchez-Mazas et Laurent Licata (dir.), *L'Autre : regards psychosociaux*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2005, p. 23-47.

avec des produits bon marché, une esthétisation de la présentation dans l'assiette, des tables brutes qui s'élèvent et qui s'allongent...

Si tout peut devenir prétexte au partage et au plaisir à table, comment se construisent, s'organisent et s'agencent, aujourd'hui, les différentes modalités d'expression de la convivialité autour d'une table bistronomique, avec sa déclinaison œno-bistronomique ? Et quelle image du vin – ce produit dressé déjà en « boisson-totem³ » par Roland Barthes –, de son rôle et de sa place ces modalités d'expression donnent-elles ?

La table conviviale : accepter et accueillir l'Autre

La convivialité est une valeur essentielle et une notion centrale de l'imaginaire gustatif et alimentaire⁴. Elle se construit à la fois en lien avec la qualité culinaire du repas et avec sa fonction rituelle⁵, avec sa valeur familiale, ou encore avec sa dimension sociale et symbolique⁶. Incorporée à l'imaginaire de la table, la convivialité incarne le plaisir de partager d'abord la nourriture, ensuite la culture⁷. Perçue comme un « processus par lequel on développe et assume le rôle de convive⁸ », elle se superpose à la commensalité par le partage de la table, comme lieu physique d'incorporation des aliments.

Plusieurs facteurs conditionnent l'émergence de la convivialité à table⁹ : l'existence d'un espace de communication et de toutes ses

3. Voir Roland Barthes, *Mythologies* [1957], Paris, Seuil, 1970, p. 74-77.

4. Voir Jean-Jacques Boutaud, *Le Sens gourmand. De la commensalité – du goût – des aliments*, op. cit. ; et Jean-Pierre Corbeau et Jean-Pierre Poulain, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, op. cit.

5. Voir Erving Goffman, *Les Rites d'interaction*, Paris, Minuit, 1974.

6. Voir Claude Fischler (dir.), *Les Alimentations particulières. Mangerons-nous encore ensemble demain ?*, Paris, Odile Jacob, 2013.

7. Voir Mihaela Bonescu, *Convivialité et communication. De l'imaginaire social à la gare communicante*, op. cit. ; Jean-Jacques Boutaud, *Le Sens gourmand. De la commensalité – du goût – des aliments*, op. cit. ; et Valériane Tavilla, *Imaginaire du terroir et territoire de communication sensible*, thèse de doctorat, Université de Bourgogne, 2007.

8. Jean-Pierre Corbeau et Jean-Pierre Poulain, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, op. cit., p. 97.

9. Voir Mihaela Bonescu, *Convivialité et communication. De l'imaginaire social à la gare communicante*, op. cit.

potentialités relationnelles ; l'existence d'un objet chargé de sens à partager (la nourriture, souvent accompagnée de vin dans le modèle alimentaire français) ; et enfin la possibilité d'élaborer des codes et de les performer au cours de séquences culturelles ritualisées.

Une lecture diachronique des façons de manger nous apprend que la convivialité n'est pas consubstantielle au partage de la nourriture. Comme le rappelle la sociologie de l'alimentation, elle se différencie de la simple commensalité¹⁰, qui se limite à la proximité lors d'une prise alimentaire. Chronologiquement, la convivialité se formalise à table durant l'Antiquité, et opère comme une forme de socialisation associée au plaisir du palais et de l'esprit. Pourtant, dès le paléolithique, le partage de la nourriture, associé à l'usage systématique du feu comme technique de cuisson, avait profondément modifié les comportements sociaux relatifs à l'alimentation dans les communautés de chasseurs¹¹. À partir du néolithique, la diversification des modes et des techniques de cuisson s'accompagne d'une certaine valorisation symbolique des aliments. L'apparition de la bouillie par exemple, avec la découverte de la vaisselle et des récipients en céramique¹², suppose non seulement un changement dans l'organisation du repas, mais surtout une complexification des hiérarchies et des processus identitaires au sein des communautés. On cesse de consommer la nourriture uniquement par simple nécessité physiologique, car elle revêt désormais une seconde fonction, liée à la structuration des groupes et à l'expression identitaire¹³. Les premières civilisations comprennent et apprennent, au fur et à mesure, l'importance de la fonction symbolique du partage de la table, ce qui les amène à cultiver le plaisir du repas pris en commun. Les banquets des particuliers deviennent ainsi, dans les civilisations méditerranéennes, et particulièrement en Asie Mineure, des moments forts de socialisa-

10. Voir Jean-Pierre Corbeau et Jean-Pierre Poulain, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, op. cit.

11. Voir Jean-Louis Flandrin et Massimo Montanari, *Histoire de l'alimentation*, Paris, Fayard, 1996.

12. Voir Danièle Alexandre-Bidon, *Une archéologie du goût : céramique et consommation*, Paris, Picard, 2005.

13. Voir Jean-Louis Flandrin et Massimo Montanari, *Histoire de l'alimentation*, op. cit.

tion qui actualisent des rituels d'accès et de confirmation (comme le salut et les présentations) ou encore des rites de passage¹⁴ dans le cas des cérémonies de mariage. Le lien supplémentaire que ces moments conviviaux génèrent est très apprécié ultérieurement, dans le monde grec et romain, où l'homme civilisé est censé manger non seulement pour satisfaire un besoin physiologique, mais aussi pour générer « un acte chargé d'un fort contenu social et d'une grande puissance communicative¹⁵ ».

Si la table est essentiellement un lieu d'agrégation et de communion, elle est aussi un lieu d'exclusion et d'affirmation des différences. La convivialité à table obéit donc à un système de rituels et de règles qui évolue à travers les âges, à l'image des sociétés qui l'instrumentalisent et qui la cultivent. L'espace de la table suppose un dispositif complexe, qui convoque en plus des dimensions matérielles, délimitées dans l'espace et dans le temps, des dimensions socio-symboliques liées aux acteurs de la table et à leur système d'interactions. L'évolution des habitudes de table, dans une perspective diachronique, a pu définir, déterminer et imposer les règles et les rituels de la sociabilité à table.

Un regard historique porté sur l'évolution de l'alimentation montre un rapport étroit entre, d'une part, l'évolution technique de la cuisine, et d'autre part, la complexification des manières de table. Nous proposons, à titre d'exemple, un bref regard comparatif sur quatre grandes périodes : l'Antiquité, le Moyen-Âge, les Temps Modernes et le XIX^e siècle en France (tableau 1). Nous avons volontairement exclu le XX^e siècle et l'hypermodernité, lieu commun des brassages entre tradition et innovation, entre culture locale et cultures exotiques. Dans l'espace méditerranéen antique, et plus tard en France, nous observons plusieurs mutations, tant dans la structure du repas et de ses régimes horaires que dans les manières de servir, de manger et de boire.

14. Voir Dominique Picard, *Les Rituels du savoir-vivre*, Paris, Seuil, 1995.

15. Voir Jean-Louis Flandrin et Massimo Montanari, *Histoire de l'alimentation*, *op. cit.* p. 103.

	Meubles et ustensiles de table	Heures des repas	Services du repas	Manières de servir	Manières de boire
Antiquité grecque	<ul style="list-style-type: none"> - des lits disposés dans le <i>andron</i>, espace des hommes ; - des tables portatives ; - des cuillères pour les sauces. 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>ariston</i> : collation rapide à midi ; - <i>deipnon</i> : en fin de journée. 	<ul style="list-style-type: none"> - manger, puis boire ; - collations rapides le matin et à midi ; - un vrai repas le soir : aliments, desserts, vins. 	<ul style="list-style-type: none"> - service fait par des esclaves 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>symposion</i> : partager le vin (souvent mélangé avec de l'eau)
Antiquité romaine	<ul style="list-style-type: none"> - une table centrale ; - des lits à trois places disposés en fer à cheval ; - aucun instrument à table, on mange avec les mains. 	<ul style="list-style-type: none"> - pas d'heure fixe dans la journée 	<ul style="list-style-type: none"> - « casse-croûte sur le pouce » à toute heure ; - la <i>cena</i> le soir ; - trois services pour le banquet : <i>gustatio</i>, <i>summa cena</i>, <i>secundae mensae</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - service assuré par des esclaves ; - viande découpée sur place par un serviteur spécialisé : l'écuver tranchant. 	<ul style="list-style-type: none"> - coupes de vin individuelles
Moyen-Âge	<ul style="list-style-type: none"> - table mobile, posée sur des tréteaux ; - utilisation du tranchoir, de l'écuelle et du hanap. 	<ul style="list-style-type: none"> - déjeuner à 9h ; - dîner à 12h ou 13h ; - souper à la tombée de la nuit. 	<ul style="list-style-type: none"> - quatre ou cinq repas pour le peuple ; - deux repas pour les élites. 	<ul style="list-style-type: none"> - service libre pour les repas ordinaires ; - serviteur pour les aristocrates. 	<ul style="list-style-type: none"> - service du vin fractionné par plusieurs essais pour les aristocrates ; - partage du hanap.
Temps Modernes	<ul style="list-style-type: none"> - adoption de la fourchette ; - utilisation de la cuillère, du couteau et du verre individuel. 	<ul style="list-style-type: none"> - dîner à 18h ; - souper vers 23h. 	<ul style="list-style-type: none"> - « service à la française » : premier service – potages et entrées ; deuxième service – rôtis, salade, entremets ; troisième service – dessert ou fruit. 	<ul style="list-style-type: none"> - service libre des plats, effectué par les convives ; - service des boissons effectué par le valet ou un serviteur de la maison. 	<ul style="list-style-type: none"> - grande quantité de vin ; - beaucoup de toasts portés.
XIX ^e siècle	<ul style="list-style-type: none"> - invention de la salle à manger ; - mobilier de bouche élaboré ; - nappe brodée, en damas, services de tables, cristaux et argenterie. 	<ul style="list-style-type: none"> - déjeuner à 9h ou 10h ; - dîner vers 18h ; - souper vers 21h. 	<ul style="list-style-type: none"> - avant 1850 : « service à la française » ; - après 1850 : « service à la russe », plus égalitaire, moins cérémoniel, simplifiant le décor et favorisant la pluralité. 	<ul style="list-style-type: none"> - service de la cuisine : chef et assistants ; - service de la salle à manger : maître d'hôtel et valets. 	<ul style="list-style-type: none"> - pour le vin : mêmes crus pour tout le monde ; - consommation de bière ; - consommation d'alcools forts, faits maison.

Tableau 1. Le repas et ses manières, de l'Antiquité au XIX^e siècle

La lecture du tableau nous montre la place particulière accordée au vin au sein de toutes ces cultures et époques. Produit et conservé de multiples manières, cuit et aromatisé aux plantes, mélangé avec de l'eau, le vin ne manque pas sur les tables et constitue un puissant stimulant du lien social et donc un facteur de convivialité. Le vin a été très valorisé depuis l'Antiquité dans le bassin méditerranéen, tant dans les vieilles cultures égyptienne, grecque et latine, que dans la culture chrétienne naissante. Le caractère divin du vin fait vivre Osiris, Dionysos et Bacchus, les dieux de la fertilité, du renouveau végétal et de la joie de vivre. Les cérémonies et les fêtes qu'on leur consacre finissent souvent dans des états d'euphorie collective, suite à la consommation d'alcool. Mis en scène par la Bible, le vin est investi de valeurs différentes dans le contexte chrétien et commence désormais une vie nouvelle. Son utilisation cérémonielle, au cours des offices religieux, vient confirmer sa nouvelle valorisation rituelle et symbolique.

L'œno-bistronomie : rencontrer l'Autre

Dans la plupart des cultures, le savoir-vivre et la convivialité accompagnent idéalement le repas, qui, selon Jane Cobbi, « est vécu le plus souvent comme un fait social, un acte de commensalité, un lieu de cohésion où se partagent nourritures et valeurs sociales¹⁶ ». Tradition et innovation se donnent à consommer au « mangeur pluriel¹⁷ », paradoxal dans ses choix, parfois imprévisible mais toujours à la recherche du plaisir.

Depuis Brillat-Savarin¹⁸, la convivialité circonscrit – dans l'imaginaire alimentaire – un ensemble de pratiques et de règles dont l'objet est le plaisir de partager la table. Inscrite durablement dans le modèle alimentaire français et consignée comme pilier du repas

16. Jane Cobbi, « Préface », dans Jean-Louis Flandrin et Jane Cobbi (dir.), *Tables d'hier, tables d'ailleurs*, Paris, Odile Jacob, 1999, p. 15.

17. Voir Jean-Pierre Corbeau, « Le mangeur pluriel », dans *Le Mangeur du XXI^e siècle : les aliments, le goût, la cuisine et la table*, Dijon, Educagri Éditions, 2003.

18. Voir Jean-Anthelme Brillat-Savarin, *Physiologie du goût*, édition mise en ordre et annotée, avec une lecture de Roland Barthes, Paris, Hermann, 1975.

gastronomique, la convivialité s'apprend, se cultive et se transmet. Le dispositif de la table évolue, se transforme et s'adapte au gré des évolutions des manières de manger et de boire. Son caractère plus ouvert et déconstruit permet aujourd'hui l'émergence d'un espace de liberté qui n'est cependant pas forcément synonyme de convivialité. Identité et altérité s'exposent à l'épreuve de la table et s'expriment ensuite à travers des émotions, des signes, des mots. Le partage convivial de la table réunit donc le plaisir de manger ensemble, l'art de la conversation et la création/confirmation du lien social.

Par leur configuration et par leur mise en scène, toutes les formes de repas aujourd'hui pratiquées offrent à la convivialité un terrain d'expression multimodal (spatio-temporel, matériel, symbolique et relationnel) que nous allons explorer *via* l'une des formes récentes de restauration : la bistronomie.

Le terme « bistronomie » est apparu en 2004 sous la plume de Sébastien Demorand, dans le *Guide Fooding*¹⁹. Depuis, ce phénomène s'est étendu hors des frontières de la France, notamment en Grande-Bretagne (avec l'essor des *gastropubs*) ou aux États-Unis (avec les *communal tables*). La première génération de chefs bistronomiques se voit défiée par de nouveaux chefs, porteurs d'idées originales, qui viennent à leur tour bousculer les codes de cette nouvelle cuisine. La table et les rituels de table jouent un rôle central dans ces nouvelles formes de convivialité, tant par les plats proposés (plats à partager, tapas, cocottes...) que par le service du vin (au verre, en découverte, en bouteille ou en magnum), la décoration (souvent du type brocante chic), la mise en avant des propositions (*via* des ardoises), les grandes tables, ou la cuisine ouverte.

Dans le modèle proposé par la bistronomie, le vin occupe une place importante. L'offre de vins répond plus souvent aux goûts ou à l'éthique du patron qu'à une construction traditionnelle de carte des vins. Si la « cuvée du patron » a disparu, on retrouve généralement des choix de vins très personnels du patron ou du chef, qui invite les convives à participer à ses coups de cœur. Comme pour la cuisine, les

19. Voir en ligne : <https://lefooding.com/fr/les-actualites/bistronnary> (consulté le 28 mars 2019).

choix sont censés incarner des valeurs et deviennent des marqueurs de l'identité de l'établissement. Le client-convive, lui aussi, est mis à contribution dans la création de ces ambiances de convivialité. Le vin est érigé donc en facilitateur de la rencontre de l'Autre.

L'œno-bistronomie : un concept *marketing* créatif et protéiforme

Comment appréhender la convivialité dans cet univers œno-bistronomique qui se veut « réenchanté » et qui promeut un nouveau type de rapport entre le chef et ses convives, et entre convives tout court ? Quel rôle attribue-t-on au vin ? Comment aller vers l'Autre ou comment rencontrer l'Autre ? Quels sont en conséquence les « outils de communication » utilisés pour favoriser cette convivialité que vient rechercher le client ? Nous nous interrogerons sur la forme et les expressions de cette nouvelle convivialité qui vient se construire et s'installer dans ces établissements cherchant une différenciation *marketing* perceptible et durable.

Pour illustrer les cinq dimensions définitoires de la convivialité (tableaux 2 à 6) et ses signes extérieurs au restaurant, nous avons retenu le cas de deux établissements contrastés en termes de localisation, de concept et de format, mais représentatifs pour la table œno-bistronomique : *Joséphine à table*²⁰, à Saint Amour Bellevue, et *LA Table d'Hôtes du Quatrième Mur*²¹, à Bordeaux. Le premier établissement se définit comme le bistrot d'un restaurant étoilé de campagne (une étoile au *Guide Michelin*), tandis que le second est le format étoilé (*Guide Michelin 2018*) d'une brasserie chic de grande ville, création du très médiatique Philippe Etchebest²².

Dans le premier cas, l'accessibilité se reflète dans la configuration classique et dans les tarifs affichés par *Joséphine à table* : formule du jour à 16 euros, plats entre 15 et 22 euros, vins abordables avec un large choix de vins du Beaujolais. Le caractère exclusif de

20. Voir en ligne : <https://josephineatable.fr/> (consulté le 28 mars 2019).

21. Voir en ligne : https://www.quatrieme-mur.com/fr/table_hotes (consulté le 28 mars 2019).

22. Voir en ligne : <https://philippe-etchebest.com/> (consulté le 28 mars 2019).

LA Table d'Hôtes se reflète dans le format (limité à 12 couverts) et le menu « découverte » en sept services, proposé à 170 euros (hors boissons), et accompagné d'une carte garnie de grands vins de Bordeaux et d'autres régions réputées. Nous avons choisi donc deux expressions très différentes de la bistronomie : l'une plus classique et plus courante (le nouveau bistrot), l'autre plus nouvelle et plus « tendance » (la table d'hôtes). Dans les deux cas, les établissements sont des émanations de chefs étoilés, l'un à la campagne et l'autre en ville. Nous examinerons en parallèle ces deux restaurants, au regard d'une grille méthodologique²³ qui modélise l'expression de la convivialité selon cinq dimensions figuratives de base : spatio-temporelle (espace, temps – tableau 2) ; technique et matérielle (outils, objets – tableau 3) ; pragmatique et praxique (activités – tableau 4) ; relationnelle (interactions interpersonnelles – tableau 5) ; psychologique et affective (ressentis, émotions – tableau 6).

Nous observons que les deux établissements étudiés génèrent et cultivent deux ambiances très contrastées (tableau 2), mais impriment un tempo rythmé de manière similaire. Il focalise le convive d'abord sur l'Autre, puis sur les mets ou sur les plats, et ensuite de nouveau sur l'Autre pour un partage d'impressions qui devient le prétexte à / le sujet d'une conversation autour du restaurant, de sa configuration, de la cuisine ou du chef.

	Joséphine à table Saint Amour (71)	LA Table d'Hôtes Bordeaux (33)
Ambiance	bryant, animé	silencieux, quasi religieux
Style de décoration	brocante chic et lieux à ambiances différentes	ambiance monastique et cave en pierre
Perception subjective du temps	temps fluide, quasi provincial	horaire et rythme imposés

Tableau 2. Dimension spatio-temporelle

23. Voir Mihaela Bonescu, *Convivialité et communication. De l'imaginaire social à la gare communicante*, op. cit.

Joséphine à table cultive une ambiance classique de bistrot modernisé, dans un joyeux et élégant mélange d'espaces définis par l'utilisation de tables de tailles et de formes différentes, et où le client navigue aisément entre tables et caves. De manière fondamentalement différente, *LA Table d'Hôtes* plonge le mangeur dans un lieu empreint de solennité, autour d'une seule table, l'attention de tous les convives se focalisant sur la cuisine et les cuisiniers (tableau 3).

	<i>Joséphine à table</i> Saint Amour (71)	<i>LA Table d'Hôtes</i> Bordeaux (33)
Agencement	différents types de tables : hautes, à deux, grandes tabléées	- une seule table de 12 couverts ; - table type « monastère ».
Accessoires	comme à la maison	comme chez Etchebest (design par le chef)
Type de cuisine	cuisine familiale	- produits bistroamiques, présentation gastronomique ; - présentation à l'assiette.
Vins	- vins sélectionnés régionaux (beaujolais) ; - sur ardoises ; - accès au stock en caves ; - cuvée maison.	- grands vins : bordeaux et autres grandes régions ; - tablette tactile et sommelier à la demande ; - forfaits vins en accord (60 € et 90 €) ou à la bouteille.

Tableau 3. Dimension technique et matérielle

Les activités et occupations permettent une certaine liberté (de mouvement, de style et de parole) chez *Joséphine*, car le convive est aussi acteur de l'expérience : il met la table, partage et sert les plats pour les autres, devient le sommelier en allant lui-même chercher le vin dans la cave, etc. Chez Philippe Etchebest, il est un témoin actif : il commente, photographie, engage le dialogue avec les cuisiniers et les autres convives (tableau 4). Ces deux rôles, d'acteur et de témoin, établissent des formes de rapport à l'Autre différentes mais toujours empreintes de l'esprit de convivialité et de partage.

	Joséphine à table Saint Amour (71)	LA Table d'Hôtes Bordeaux (33)
Actions du convive	<ul style="list-style-type: none"> - mettre la table pour tous les convives ; partager les plats, faire le service pour d'autres convives ; - discuter ; - se rendre à la cave pour choisir le vin ; - participer à des rituels (collage de bouchons au plafond, trinquée). 	<ul style="list-style-type: none"> - observer le savoir-faire des professionnels de la cuisine ; - partager la table avec des inconnus ; - photographier les assiettes ; - discuter avec les cuisiniers et avec les autres convives ; - faire des photos avec le chef ou utiliser <i>Facetime</i> pour un entretien virtuel.

Tableau 4. Dimension pragmatique et pratique

Sur le plan relationnel, nous pouvons identifier deux modalités distinctes de rapport à l'Autre (tableau 5) : pour *Joséphine à table*, il n'y a pas d'intermédiation perceptible, le convive est (et est incité à rester) directement en relation avec les personnes qui participent au repas, sur un registre qui se revendique familial ; dans le cas de *LA Table d'Hôtes*, le chef devient la « passerelle de bienveillance » qui va – et qui doit – favoriser l'échange avec l'Autre. La réussite (ou non) de cette convivialité se lit dans les commentaires laissés sur les forums spécialisés (tels que *TripAdvisor*).

	Joséphine à table Saint Amour (71)	LA Table d'Hôtes Bordeaux (33)
Relation avec les autres convives	partage des mêmes plats	déguster les mêmes plats et être servi par les cuisiniers eux-mêmes
Relation avec le personnel	relation de proximité	rencontre avec le « chef » et les cuisiniers : prise de connaissance de leur art
Pérennisation de la relation	laisser une trace	garder la trace

Tableau 5. Dimension relationnelle et interpersonnelle

Ces deux expériences de convivialité mettent en lumière des formalisations différentes de l'œno-bistronomie : l'une est centrée sur la participation des convives à une expérience culinaire, l'autre est plutôt axée sur l'observation de l'expérience gastronomique, devenant elle-même l'« expérience consommateur » (tableau 6).

	<i>Joséphine à table Saint Amour (71)</i>	<i>LA Table d'Hôtes Bordeaux (33)</i>
Ressenti	expérience gourmande : rapport qualité-prix-plaisir	expérience gourmet et singulière
Évaluation	plaisir lié au moment partagé	souvenir d'une assiette unique

Tableau 6. Dimension psychologique et affective

Cependant, les deux mettent en scène une nouvelle ritualisation, une ambiance coude à coude, en proximité (physique et relationnelle) avec le chef, avec les acteurs de la cuisine, avec les voisins de table, et plus largement avec l'Autre. Le partage de la table et la mise en œuvre de rituels (comme afficher sa présence en fixant un bouchon au plafond ou encore en diffusant la photographie du moment sur les réseaux sociaux) visent à pérenniser l'expérience culinaire et gastronomique. En conséquence, le souvenir de ce moment devient aussi important que le vécu même de l'expérience.

La convivialité bistronomique : les fondamentaux revisités

Au-delà du cadre et de l'assiette, le succès de la restauration bistronomique s'explique aussi par les nouvelles formes de convivialité permises par ce type d'établissements. L'accessibilité des prix de ces restaurants, qui promeuvent une cuisine créative et authentique, avec des produits sélectifs élaborés par des chefs talentueux, est sûrement une raison de leur fréquentation, mais pas uniquement. Si l'atmosphère un peu guindée propre à la grande gastronomie impressionne et focalise l'attention sur les plats dégustés et le savoir-faire en cuisine, laissant au second plan les personnes avec qui l'on partage le repas, l'atmosphère de la bistronomie rend en revanche possible le retour à une relation plus décontractée entre les différents acteurs du repas : ceux qui le cuisinent, ceux qui le servent, ceux qui le partagent et ceux qui le consomment.

Pour faciliter la fluidité des relations entre ces différents partenaires de la relation conviviale, il faut encourager une cuisine plus

complice et créative valorisant une reprise des plats classiques, revisités. Grâce notamment à la créativité de la présentation ou de l'association des plats, avec des dénominations simples ou fantaisistes, la cuisine bistronomique reste crédible dans sa démarche liée à la sincérité et à l'authenticité des produits utilisés.

La dimension esthétique (cadre et décor) de l'établissement n'est pas seulement un écrin, mais aussi un facteur d'expression de la convivialité. La multiplicité des formats de décoration en bistronomie s'inscrit dans un impératif de cohérence entre le « mix-ambiance » et le concept. Ainsi, l'agencement des tables (parcours et trajectoires) ainsi que le type de tables (forme, style et matière) jouent un rôle-clé dans l'organisation des rapports à l'Autre. La mise en scène de la cuisine bistronomique doit toujours permettre l'interaction, par l'affichage du menu (rôle des ardoises que l'on déplace en fonction de la prise de commande), par le service effectué (présence en salle du cuisinier lui-même), par l'ambiance et le décor, par la proximité physique entre les convives, et par la ritualisation de moments complices comme la rencontre physique ou virtuelle avec le chef ou encore le fichage de bouchons au plafond.

Cette philosophie de la convivialité est ainsi résumée et assumée par le chef Philippe Etchebest : « la cuisine est une fête de tous les jours, elle rassemble les hommes pour ce qu'ils ont de meilleur, le sens du partage²⁴ ». L'acte de manger reste, avant tout, l'expression d'un besoin d'altérité. Le format de la bistronomie, avec sa déclinaison œno-bistronomique, permet ce retour à l'esprit de l'auberge et à l'Autre.

Mihaela Bonescu

CEREN (EA 7477), Université Bourgogne Franche-Comté

Joëlle Brouard

Consultante, membre du Conseil d'orientation de la Chaire Unesco
« Culture et traditions du vin », Université Bourgogne Franche-Comté

24. Voir en ligne : <https://www.quatrieme-mur.com/fr/pdf/dossier-presse-la-table-d-hotes> (consulté le 28 mars 2019).

Les altérations de la civilisation française du vin

Commençons par une réflexion sur les mots-clefs de ce volume en général et de notre contribution en particulier. Le *Robert* nous dit que l'altérité est « le caractère de ce qui est autre ». On parle d'« altérité des cultures ». Quant à l'altération, c'est « l'action d'altérer la nature de quelque chose » ; exemple choisi par le dictionnaire : « l'altération du vin ». En croisant les deux termes, on trouve un titre. Il s'agit dès lors d'embrasser les deux derniers siècles pour voir se mettre en place une civilisation du vin et presque en même temps ses dégradations.

Qu'est-ce qui va faire historiquement la « civilisation française du vin » ? Le terme « civilisation », né sous les Lumières (1734, disent les dictionnaires savants), assemble les phénomènes sociaux (religieux, moraux, esthétiques, scientifiques, techniques) communs à une grande société (la France est alors le pays le plus peuplé d'Europe, et son élite intellectuelle donne le ton). La civilisation fait reculer la « barbarie », un vieux mot grec qui désigne l'autre, l'étranger, l'étrange¹. Elle donne donc une culture à la société, aussi sûrement que le vin vient de l'agriculture. C'est ce qui arrive à la France des XVIII^e-XX^e siècles.

Puis se pose la question devenue brûlante dans le dernier demi-siècle des altérations du produit, des usages. Le retournement, le changement de paradigme s'opère dans les années 1950. Pourquoi ce pas de côté ?

Les éléments d'une civilisation française du vin

« C'est de l'écume pétillante de ce vin de Champagne que Voltaire disait : c'est l'image des Français² ». Le vin définit en effet la civilisation française depuis le XVIII^e siècle. C'est d'abord l'ordre

-
1. Voir l'introduction dans Didier Nourrisson et Yves Perrin (dir.), *Le Barbare, l'étranger : images de l'autre*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2005.
 2. Citation d'un film fixe d'enseignement intitulé *Scène de la vie champenoise*, réalisé par l'Office de Documentation par le Film et produit par les Établissements de vins fins Nicolas, vers 1950.

aristocratique et la classe bourgeoise supérieure qui assurent la domination du vin sur toute autre boisson et la distinction d'avec « la populace ». « Sus, sus, du vin partout, versez, garçons, versez. Versez, versez toujours, tant qu'on vous dise assez³ », lit-on dans *Le Bourgeois gentilhomme*. On se rappelle les tables du beau monde avec leurs théories de bouteilles de vins pétillants⁴. La bouteille, d'origine anglaise, commence à être fabriquée en Argonne : « l'usage des flacons ronds est très commun en Champagne ; comme il y a beaucoup de bois dans la province, on y a établi bien des verreries qui ne s'occupent la plupart qu'à faire des flacons⁵ ». Après l'austérité de la fin du règne de Louis XIV, la régence et le règne de Louis XV confortent la place du champagne⁶ :

Rend-on un festin aimable
Sans le champagne mousseux ?
C'est lui qui ramène sur la table
L'amour, les ris et les jeux !
Quand le bouchon se délie
Avec lui l'on voit partir
Et l'éclair de la saillie
Et le signal du plaisir⁷.

L'exemple vient d'en haut. Mais l'esprit d'imitation peut entraîner la colère.

3. Molière, *Le Bourgeois gentilhomme*, acte IV.

4. Voir *Le Déjeuner d'huitres* (1735) de Jean-François de Troy, ou *Le Déjeuner de jambon* (1735) de Nicolas Lancret.

5. Jean Godinot, *Manières de cultiver la vigne et de faire le vin en Champagne*, cité dans Jean-Robert Pitte, *La Bouteille de vin. Histoire d'une révolution*, Paris, Tallandier, 2013, p. 88-89.

6. Voir Benoît Musset, *Vignobles de Champagne et vins mousseux. Histoire d'un mariage de raison*, Paris, Fayard, 2008.

7. Adam Billaud, *Almanach de Bacchus*, cité dans Kilien Stengel, *Poètes du vin, poètes divins*, Paris, Éditions Écriture, 2012, p. 85-86.

Une conquête révolutionnaire

Le vin est l'objet d'une conquête révolutionnaire : c'est le « droit de boire⁸ ». En effet, la Révolution commence au printemps 1789 en province par la « Grande Peur » et à Lyon avec l'attaque des barrières de l'octroi. Les châteaux d'un grand Nord qui va de la Champagne à la Normandie sont attaqués par des foules de paysans affamés. Les caves seigneuriales sont vite pillées. Les paysans récupèrent ainsi les droits seigneuriaux en nature. À Lyon en juin, comme à Paris en juillet, le peuple se dirige vers les barrières de l'octroi : « le mur murant Paris rend Paris murmurant ». L'octroi vient durement taxer les marchandises (dont le vin) à l'entrée de la ville en une époque de « vie chère ». Le mécontentement s'exaspère dans les cabarets hors les murs. Par exemple à Paris, chez Ramponneau. La foule, plus ou moins avinée, attaque : les registres sont mis en pièces, les baraques incendiées, les commis du fisc malmenés, les tonneaux percés et le vin vendu au cri « vin du Tiers état à 4 sols la bouteille⁹ » ! Le 1^{er} mai suivant, « pour faire tourner la fête au profit de la popularité » selon la formule de Camille Desmoulins, 270 839 livres d'eau-de-vie d'Orléans et 341 chariots de vin entrent libres de droits dans la ville.

Chaque révolution passera pour une orgie bacchique et les émeutiers sur les barricades pour des « rouges-la-soif » : 1830, 1848, 1871¹⁰. Plus tard, les grèves, souvent fomentées dans les cabarets, tourneront, selon leurs contempteurs, au délire alcoolisé.

Le vin monte sur toutes les tables

De la place publique à la table familiale, le vin coule à flot au cours d'un long siècle qui va des années 1850 aux années 1950. S'il en

8. « En même temps que le droit de vote, les Français ont gagné le droit de boire » (voir Théodore Zeldin, *Histoire des passions françaises*, vol. 3, Paris, Seuil, « Points Histoire », 1981).

9. Ce qui représente la moitié du prix ordinaire.

10. Voir Didier Nourrisson, *Crus et cuites. Histoire du buveur*, Paris, Perrin, 2013 ; et Matthieu Lecoutre, *Le Goût de l'ivresse. Boire en France depuis le Moyen-Âge*, Paris, Belin, 2017.

faut encore un témoignage, sollicitons les anciens élèves d'un pensionnat ardéchois :

le vin et l'alcool jouissent d'un préjugé favorable. Ils sont présents à toutes les fêtes, à toute solennité. Ils créent, ils scellent une amitié et prennent la valeur d'une offrande. Les habitudes, les mœurs ne peuvent se concevoir sans le traditionnel verre de vin. Et si l'on ne sait pas bien se tenir devant la bouteille, on est facilement ridiculisé et traité de femmelette. C'est quasiment chevaleresque que de se livrer aux libations¹¹.

La diffusion du vin dans l'espace public et privé est assurée par une armée de vignerons et de cabaretiers, sans compter bien sûr tous les négociants. Louis Jacquet, dans son ouvrage bien documenté intitulé sobrement *L'Alcool* (1912), montre l'importance de la population qui vit du vin : dans un pays de moins de 40 millions d'habitants, il comptabilise 1 600 000 viticulteurs, 34 000 marchands en gros ou entrepositaires, 480 000 débitants de tous ordres, 115 000 assujettis divers.

À tous les repas, à toutes les fêtes, à toutes les guerres¹², du vin. Joies, tristesses, plaisirs et ennuis scandent la marche du vin. Le vin gagne même ses galons sur les champs de bataille. Le « pinard », mot nouveau, est érigé boisson nationale : « La plus belle défense et la meilleure propagande pour le vin auront été faites par nos soldats sur le front des armées, la victoire qu'ils remporteront contre le Boche, ils l'auront conquise aussi pour le vin, et ils auront servi encore la France, en mettant sur le pavais notre boisson nationale¹³. » En 1917,

11. Propos tenus pour le 125^e anniversaire (1836-1961) du pensionnat Saint-Joseph de Saint-Didier-en-Velay. Au banquet, on a compté alors un demi-litre de vin blanc par personne, ainsi qu'un demi-litre de vin rouge.

12. Sur la Grande Guerre, voir Thierry Fillaut, *Le Pinard des poilus*, Paris, Le Manuscrit, 2014 ; Christophe Lucand, *Le Pinard des poilus : une histoire du vin en France durant la Grande Guerre (1914-1918)*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2015 ; et Charles Ridet, *L'ivresse du soldat*, Paris, Vendémiaire, 2016. Sur la Seconde Guerre mondiale, voir Christophe Lucand, *Le Vin et la guerre*, Paris, Armand Colin, 2017.

13. Pierre Viala, *L'Avenir viticole de la France après la guerre*, Paris, Association française pour l'avancement des sciences, 1916, p. 211.

12 millions d'hectolitres sont consommés au front (ration quotidienne portée à un litre) et à l'arrière. La consommation moyenne annuelle oscille dans la période 1850-1950 entre 100 et 190 litres par habitant, selon les récoltes : de 1831 à 1834, 88 litres ; de 1870 à 1874, 136 litres ; de 1885 à 1889, 93 litres ; de 1900 à 1904, 168 litres ; de 1922 à 1924, 194 litres ; de 1935 à 1939, 175 litres¹⁴ – pour ne citer que ces quelques exemples.

Dans l'entre-deux-guerres, la tache de vin sur l'ensemble hexagonal coule du sud au nord. La période 1929-1938 présente l'acmé de la consommation. C'est la belle époque pagnolesque, l'apogée de la civilisation du vin : 166 litres de consommation annuelle par habitant. Dans le Sud, elle dépasse fréquemment les 250 litres individuels. Même dans le Nord, la consommation atteint souvent les 100 litres : la région parisienne reçoit les vins du Maghreb *via* les ports du Havre, de Rouen et de Paris, ainsi que les vins du Midi grâce à son réseau ferré centralisé ; le Finistère breton lui-même connaît une belle consommation par l'approvisionnement brestois.

Le vin s'épanche à l'école

L'expression d'une civilisation est réalisée particulièrement, à des fins de transmission, dans le système scolaire. La vulgate alcool est donnée à l'école. Les « leçons de chose » de l'école primaire, les « sciences naturelles » du secondaire, les « lectures courantes », l'enseignement ménager, la géographie, les cours de morale même, se mettent à parler du vin¹⁵. En histoire, la tournée des personnages célèbres passe par les citations du vin :

Un pays dont l'histoire nationale ne contient pas de récits où interviennent la vigne, la grappe de raisin et le vin, reste privé d'une magnifique ressource pour célébrer ses gloires, pour dire, au cours des âges, comment, blessé, vaincu, il sut promptement cicatrizer ses

14. Source : Statistiques Générales de la France.

15. Voir Pierre Guibbert (dir.), *La voilà la jolie vigne... Bacchus à l'école*, Montpellier, Publications de l'Association des Amis de la Mémoire Pédagogique, 2005.

plaies et se relever parce qu'il trouvait, dans le vin, cette arme spirituelle qui revivifie les courages¹⁶.

Des tableaux muraux, des buvards, des bons points célèbrent les atouts du vin¹⁷. Nous insisterons ici sur les films fixes d'enseignement, car la France est entrée en « vidéosphère¹⁸ ». Outils pédagogiques projetés à l'écran de la classe, les films fixes d'enseignement sont réalisés entre 1930 et 1970 par des maisons d'éditions scolaires (Larousse, Hatier) ou spécialisées comme l'Office de Documentation par le Film, directement sponsorisé par des sociétés commerciales ou professionnelles (Vins Nicolas, Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne, etc.).

Les films fixes permettent de visionner la place du vin dans la civilisation française. Il est toujours en tête des boissons « hygiéniques » : vingt-cinq films fixes en parlent¹⁹. La formule de Pasteur, élaborée dans son laboratoire d'Arbois, revient d'ailleurs régulièrement : « le vin est la plus saine et la plus hygiénique des boissons ». La bière et le cidre ne sont que des boissons régionales, pour ainsi dire « folklorisées » ; l'eau, le lait paraissent plutôt dangereux pour la santé, les jus de fruits et les sodas sont ignorés ; quant aux spiritueux, boissons « industrielles », ils sont vivement déconseillés. Le bon vin est ainsi valorisé²⁰. Il vient de la plus haute Antiquité ; il est le fruit d'un travail paysan intense mais heureux : « la vendange est la plus joyeuse et la plus bruyante des cueillettes²¹ ». Bref, « pris sagement, le vin est un

16. Voir Marie-Louise Laval, *Le Vin dans l'histoire de France*, Paris, D. Deschènes éditeur, 1935.

17. Voir Stéphane Frioux et Didier Nourrisson, *Propre et sain. Un siècle d'hygiène à l'école en images*, Paris, Armand Colin, 2015.

18. Nous nous souvenons de ce « Cours de médiologie générale », donné à Grenoble par le professeur Régis Debray, qui définissait une « logosphère », période de transmission des savoirs et des croyances par la parole, une « graphosphère », à partir de l'invention de l'imprimerie, et une « vidéosphère » qui commence avec la révolution de l'image à partir du XIX^e siècle.

19. Nous n'avons identifié que trois films fixes sur la bière, un sur le cidre, deux sur l'eau de boisson, sept sur le lait, et dix-huit sur les alcools distillés.

20. Au même moment (1935) est créé un Office de Propagande du Bon Vin de France qui alimente le pays d'une iconographie suggestive.

21. *La Vigne*, Larousse.

ami²² ». Ainsi, le film fixe *L'Alcoolisme*, destiné aux cours de sciences appliquées (hygiène), et réalisé par les éditions Larousse vers 1945²³, montre, après le tableau de Vélasquez *Los Borrachos*, la réalité sympathique du buveur de vin, avec une photo des terrasses parisiennes sur les Champs-Élysées, puis une autre d'un comptoir où l'on joue en buvant du champagne.

Le vin est un produit jugé naturel : « le vin est le produit de la fermentation alcoolique du jus de raisin²⁴ ». Cette définition s'impose depuis la loi de 1889, à un moment où – crise du phylloxéra oblige – des sociétés de production peu scrupuleuses se mettent à commercialiser des vins à base de raisins secs ou autres produits de fermentations suspectes. La microbiologie, apprise désormais en classe, montre le phénomène. Pasteur découvre enfin le rôle prépondérant des levures :

en des conditions particulières de milieu et de température, les ferments, organismes microscopiques, se développent, transformant le sucre en acide carbonique, alcool, glycérine et acide succinique. La marche de la fermentation s'accélère, s'arrête ou se modère par des variations de la température ou par l'adjonction de produits chimiques. Ainsi la fabrication, les soins de conservation ou de bonification constituent une science utile du « divin jus de sarment, sang de la terre, élixir de soleil²⁵ ».

Le vin contient de l'alcool, et il ne faut pas en abuser. Mais où cesse l'usage et où commence l'abus ? « Sa teneur en alcool est de 8 à 15°, aussi ne faut-il pas dépasser la dose d'un litre par jour²⁶ ». Le vin pour tous du XIX^e siècle pointe à 10° maximum. Au XX^e siècle, il connaît une montée spectaculaire de son titre alcoolique, et surtout une amélioration considérable de sa qualité. Le soin apporté à la culture de la vigne et à l'élevage en caves, ainsi que la définition de terroirs labellisés et protégés à partir de 1935 par les AOC, assurent un

22. *Le Vignoble et le vin*, Éditions de la Photocopie.

23. N° OCEL 4101. Voir les vues n° 6 et 7.

24. *Alimentation, eau, boissons*, Larousse.

25. *Le Vin*, Stat-Film.

26. *Alimentation*, Larousse.

considérable renouvellement du produit. Les cépages hybrides sont écartés comme potentiellement dangereux pour la santé.

Cette préconisation quotidienne d'un litre peut apparaître énorme à l'aune du jour. Elle est pourtant donnée par l'Académie de médecine dans les années 1920 et répétée au moins jusqu'en 1950. La vue n° 15 du film *Alimentation, eau, boissons, sels minéraux, lait* (Éditions Larousse) donne aussi un aperçu des gammes et terroirs français, même si les vins de l'Est sont oubliés. Cinq bouteilles sont saisies par la photographie : elles sont étiquetées Anjou, Saint-Émilion, Extra (un gros rouge du Sud), Fleurie et Juliéna (deux beaujolais). Ce ne sont peut-être pas ces crus qui sont à la disposition des enfants à l'école, mais on sait que les cantines scolaires sont arrosées de vin très régulièrement, au moins jusqu'en 1956²⁷. Puis le vin finit par connaître un processus de disqualification sociale, et la civilisation qui le porte une réelle altération.

Les formes d'altération

La France du vin n'est pas uniforme

Si elle est dominante, la civilisation du vin en France n'est jamais exclusive. D'autres boissons – les cidres en Bretagne-Normandie, les bières dans le Nord et dans l'Est – gardent leurs adeptes. En Alsace, zone de rencontre par excellence, la régionalisation des consommations traduit une véritable sociologie différenciée des consommateurs. *Weinstuben* et *Bierstuben* s'opposent dans les villes²⁸ : les premières proposent du vin à une clientèle plutôt bourgeoise, les secondes de la bière à une clientèle populaire.

La comparaison entre les cartes de la production et de la consommation le confirme : la consommation maximale s'attarde sur les aires de production. Or celles-ci se rétractent. Les vignobles lorrains, normands, vendéens, centraux ayant peu ou prou disparu, les consom-

27. Voir Didier Nourrisson, *Histoire du vin*, Paris, Perrin, 2017.

28. Voir Bertrand Hell, *L'Homme et la bière. Au souffle du terroir*, Strasbourg, J. P. Gyss éditeur, 1982 ; et Jean-Louis Schlienger, *Le Buveur alsacien*, Strasbourg, La Nuée bleue, 2004.

mations tendent à se concentrer sur les grands terroirs du Sud, du Sud-Ouest et du Val de Loire.

En 1904, la production de vin en France, avec près de 67 millions d'hectolitres, indique que les crises de la vigne, comme celle du phylloxéra, le puceron assassin, ont été surmontées. L'adoption des porte-greffes américains dans les grands vignobles du Bordelais, de Champagne, de Bourgogne et du Val de Loire l'a sauvée. L'arc méditerranéen du Var aux Pyrénées-Orientales impose désormais ses fortes productions. La contraction du vignoble français est sensible. L'Ouest (vins de Vendée) et la région parisienne (vins de la Seine) disparaissent ; le centre de la France connaît la désertification du vignoble. Le vignoble lorrain fait de la résistance avec le « vin patriotique » dans la zone frontière de Meurthe-et-Moselle, mais c'est le chant du cygne.

Ainsi, avec un taux moyen d'alcoolisation au vin d'à peine 65 % (20 % aux spiritueux, 15 % au cidre et à la bière), la France se place entre le monde germanique et le monde latin. La concurrence des consommations s'intensifie. La guerre, si elle a, comme on l'a dit, valorisé la boisson nationale, n'a pas fait reculer, tant s'en faut, la consommation de bière : en 1914-1915, la moyenne individuelle nationale ne dépasse pas 19 litres par an ; elle atteint 38 litres en 1929-1938²⁹. Au contraire, le retour des « provinces perdues » a développé le goût de la bière dans un grand Nord-Est qui va du Jura et du Doubs au Pas-de-Calais et à la Seine-Inférieure : les 16 départements dépassent tous désormais 76 litres par an et par habitant ! Après la Seconde Guerre mondiale, la société Kronenbourg développe même sa propagande vers les écoles par les films fixes de l'Office de Documentation par le Film. Elle vise désormais une population nouvelle, « les jeunes ».

29. Didier Nourrisson, *Alcoolisme et antialcoolisme en France sous la III^e République*, Paris, La Documentation française, 1988, p. 918.

Les jeunes se tournent vers d'autres boissons

La catégorie substantivée « les jeunes » émerge dans les années 1950, et donne le ton à l'ensemble de la société. Coiffure, vêtements, musique, mais aussi alimentation des jeunes et vie de société, s'affichent dans l'espace public de l'ère *baby boom*³⁰. Provoquant l'indignation des anciens, mais bientôt maîtres du savoir-vivre, les jeunes définissent les règles du « jeunisme » : fureur de vivre, faim d'expériences nouvelles, soif de volupté et de consommation. Y compris en matière de tabacs³¹ et de boissons : « nous les jeunes, nous aimons les guitares électriques, les filles, les *tonics* et la cigarette de la détente », dit une publicité insistante dans *Salut les copains* (années 1960).

Pour trouver des sensations nouvelles, le vin ne fait plus recette. Il faut se tourner vers d'autres produits, jugés plus modernes, plus excitants ou plus euphorisants : alcools durs, drogues diverses. Consommés en groupe, en masse, ils assurent une ivresse rapide. Telle est « la piste » en Bretagne³². Si l'on ne parle pas de *binge drinking* avant les années 2000, il s'agit bel et bien de prises accélérées d'alcools forts pour obtenir une soûlerie hâtive.

Les politiques de santé publique se font anti-vin

Contre l'avis du ministère de l'Agriculture et du ministère des Finances, la santé publique, qui occupe considérablement les autorités engagées dans un système de Sécurité sociale après la guerre, dénonce le « risque-alcool », en y incluant le vin. Le gouvernement de Pierre Mendès France, au milieu des années 1950, marque la première stigmatisation du vin, réduit à l'état d'un alcool comme un autre. Avec ses titrages à 12-15°, le vin devient un danger pour tous, après avoir été un bienfait pour tous. La bataille de la santé publique contre les *lobbies* alcooliers s'engage sur les écrans des écoles. L'étude

30. Voir Didier Nourrisson, « Jeunes et alcools dans l'histoire », dans Marie Choquet et Christophe Moreau (dir.), *Les Jeunes face à l'alcool*, Paris, Érès éditions, 2019.

31. Voir Didier Nourrisson, *Cigarette. Histoire d'une allumeuse*, Paris, Payot, 2013.

32. Voir Thierry Fillaut, *Les Bretons et l'alcool (XIX^e-XX^e siècle)*, Rennes, École Nationale de la Santé Publique, 1991.

des nombreux films fixes de la période sur les boissons – nous en avons repéré dix-huit – manifeste bien l'hésitation de la pensée : certains continuent d'encenser le vin ; d'autres dénoncent désormais « l'alcoolisme », y compris au vin³³.

Les antialcooliques, d'abord francs soutiens des buveurs, deviennent des pourfendeurs du vin à partir des années 1950. Les créations d'institutions nouvelles le prouvent : en 1950, la vieille Ligue Nationale de Défense Contre l'Alcoolisme, favorable depuis 1905 à une consommation modérée de vin, devient le Comité National de Défense Contre l'Alcoolisme (CNDCA, financé par la Sécurité sociale), méfiant vis-à-vis de toute boisson qui contient de l'alcool. En 1954, Pierre Mendès France crée le Haut-Comité d'Étude et d'Information sur l'Alcoolisme (HCEIA), qui débordé des ministères souvent rivaux (Santé/Agriculture/Finances) pour ne rendre compte qu'au Premier ministre de ses activités anti-alcool globales. Les campagnes destinées à influencer l'opinion publique insistent sur la « santé-sobriété » et montrent des buveurs de vin en difficulté sociale : « dans le foyer où l'alcool est roi, l'homme est une brute, la femme une martyre, les enfants des victimes³⁴ », « l'alcool provoque chaque année 57 % des accidents [de la circulation] graves³⁵ », ou, encore plus explicite (car l'on voit un homme contemplant le fond de son verre de vin), « bois moins, pense à tes enfants³⁶ ». Passant outre (si l'on peut dire) aux observations du ministère de l'Agriculture, le HCEIA peut même faire campagne pour imposer la « sobriété » : « un verre de vin, ça va ; mais trois, bonjour les dégâts ».

33. « Un bon vin est antiseptique », dit *Le Vin*, film fixe de l'Office de Documentation par le Film (producteur : Établissements Nicolas, années 1950). Au contraire, dans le film fixe d'enseignement *Que boire ?* (CNDCA, 1950), le vin est présenté comme un alcool aussi dangereux qu'un autre.

34. CNDCA, 1952.

35. CNDCA, 1953.

36. CNDCA, 1957. Ces affiches, et bien d'autres, sont reproduites dans *Quand la santé publique s'affiche. 50 ans, 50 affiches. 1945-1995*, Rennes, École Nationale de la Santé Publique, 1995.

Les concurrents du vin, y compris l'eau, font un tabac

Le vin connaît un processus de désaffection tout à fait spectaculaire depuis un demi-siècle. La consommation moyenne annuelle de vin par habitant passe ainsi de 127 litres en 1960 à 109 litres en 1970, puis 91 litres en 1980, 63 litres en 1990, 58 litres en 2000 et 50 litres en 2010³⁷.

Le vin se voit parfois distancé par d'autres boissons. Les partisans de la tempérance (en fait l'abstinence à la manière anglo-saxonne) se multiplient. Aujourd'hui 10 % des buveurs n'ont jamais bu que de l'eau. Il s'agit d'eau du robinet ou d'eaux industrielles, plates ou gazeuses, en bouteilles ou en pots. L'eau faisait pâle figure face au vin – on se rappellera la table des matières de ce livre de 1914 intitulé *La Valeur alimentaire et hygiénique du vin*³⁸. L'eau dans les années 1950 monte en prestige³⁹. Les carafes d'eau viennent obligatoirement sur les tables de tous les restaurants. Il faut dire que l'eau est désormais – et enfin – potable partout. Cette eau traitée, qui n'est donc pas « naturelle », devient un agent de santé publique. La commercialisation des eaux minérales (Vichy, Badoit, Évian, Perrier, sans oublier Contrexéville...) jugées « naturelles » et « saines » ajoute ses effets à la potabilisation de l'eau de ville. L'eau fait désormais recette.

Le règlement décidé par le gouvernement Mendès France en 1956 fait disparaître le vin des tables de la cantine scolaire, du moins pour les élèves de moins de 12 ans. En 1984, tous les élèves de France n'auront plus droit au vin (et leurs maîtres non plus). En revanche, le lait lui-même entre à l'école, encouragé par le même gouvernement Mendès France. À partir de 1954, le verre de lait aux récréations de

37. Source : INSEE.

38. Voir Raymond Brunet, *La Valeur alimentaire et hygiénique du vin*, Paris, Librairie agricole de la Maison rustique, 1914. Après avoir affirmé que « le vin n'est pas nuisible » (chap. 1), que « le vin est un aliment » (chap. 5), que « le vin est un remède » (chap. 7), Raymond Brunet, il est vrai rédacteur en chef de la *Revue de viticulture*, écrit que « les boissons tempérantes sont antihygiéniques » (chap. 9), et que « l'eau est une mauvaise boisson » (chap. 10).

39. Voir Didier Nourrisson, « Pédagogie de l'eau : les films fixes d'enseignement », dans *L'Eau, source de vie*, Montbrison, Société d'Histoire La Diana, 2019.

oh et de 16h arrive dans la cour⁴⁰. Roland Barthes, dans un article célèbre des *Mythologies*, peut bien encore valoriser le vin : « cette substance galvanique est toujours considérée, par exemple, comme le plus efficace des désaltérants, ou du moins la soif sert d'alibi à sa consommation (“il fait soif”) » ; il doit déjà composer avec le lait : « dans la grande morphologie des substances, le lait est contraire au feu par toute sa densité moléculaire, par la nature crémeuse, et donc sopitive, de sa nappe⁴¹ ».

D'autres lui préfèrent des produits plus amers (bières) ou plus sucrés (sodas). Cela tombe bien, la société Coca-Cola, avec l'aide des gouvernements atlantistes de la IV^e République, réussit une implantation durable sur le sol français dans les années 1950⁴². Le déséquilibre des consommations s'apprend dès l'école. Pour le mesurer, nous avons bien sûr les films d'enseignement : dans les années 1950, sortent simultanément 5 films vantant les charmes du vin, 10 dénonçant les dangers de l'alcool, 5 valorisant la bière, 8 sur l'eau, 7 sur le lait⁴³.

Conclusion

Le vin a assuré le lien social jusqu'à définir une couleur civilisationnelle à la société française, une véritable communion à la boisson commune, dans l'économie, la religion, la langue, les manières même de penser et de vivre, relativisant ainsi l'altérité de la rencontre des cultures. Le vin touche alors tous les secteurs de l'activité (professionnelle et scolaire), les loisirs (fêtes), les repas quotidiens. Les arts (y compris la chanson) et les lettres mettent le vin en tête.

Mais la civilisation du vin a la vie brève : tout au plus un siècle. En France, elle court de 1850 à 1950. On peut même dire que la civilisation du vin n'est ni étanche ni durable. Elle connaît bien des « altérations ». Elle est altérée dans l'espace, aux marges des civilisations de

40. Voir Didier Nourrisson, *Crus et cuites. Histoire du buveur*, op. cit.

41. Voir Roland Barthes, *Mythologies* [1957], Paris, Seuil, 1970, p. 74-77.

42. Didier Nourrisson, *La Saga Coca-Cola*, Paris, Larousse, 2008.

43. Voir Jacqueline Freyssinet-Domingeon et Didier Nourrisson, *L'École face à l'alcool*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2009.

la bière, ou du cidre. Par ailleurs, si le vin est dominant (65-70 %), il n'est jamais la boisson alcoolique exclusive dans l'hexagone.

Elle connaît surtout une altération au fil du temps. Les années 1950 marquent son apogée et donc le commencement de son déclin. La société a un verre dans le nez. Jouissance ou abstinence, il faut choisir. Une perspective négative soulignerait la fin d'un monde. En fait, le changement de paradigme montre plutôt que l'on passe d'une société de buveurs de vin à une société d'amateurs : de ceux qui en prennent à ceux qui en parlent.

Didier Nourrisson

LARHRA (UMR 5190), Université Claude Bernard Lyon 1 / INSPÉ de Lyon

Annexe : sources exploitées

Les documents scolaires – manuels, tableaux muraux, buvards, bons points – témoignent de cette expression civilisationnelle du vin. Une nouvelle source pédagogique et donc historique est ici exploitée : les films fixes d'enseignement parus entre 1935 et 1970¹. Voici le corpus sur lequel nous avons travaillé :

Titre	Réalisateur	Autres précisions
<i>Fermentations alcooliques</i>	Les Éditions filmées (Hatier). Vers 1935.	Chimie. Certificat d'étude. Cours supérieur. 7 vues (sur 40). N/B.
<i>Le Blé et la vigne</i>	Les Éditions filmées (Hatier). Vers 1935. N° EF 275 ou OCEL 3381.	Leçon de chose. Cours élémentaires. 13 vues (sur 35). N/B.
<i>Le Tonnelier</i>	Éditions Nouvelles pour l'Enseignement. Vers 1945. N° OCEL 4055.	Notice d'accompagnement. 30 vues. N/B.
<i>Le Vignoble et le vin</i>	Éditions de la Photocopie. Vers 1940. N° OCEL 3658A.	Cours de leçon de chose et de sciences. CM/CS. 57 vues. N/B.
<i>Le Vin – Viticulture – Vinification</i>	Stat-film. Série DPA 1938-1939.	43 vues. N/B.
<i>La Vigne</i>	Office de Documentation par le Film. N° OCEL 2971. Vers 1948.	63 vues. N/B. Producteur : Établissements Nicolas

1. Le catalogage et la numérisation des films fixes sont assurés par l'association stéphanoise L'École dans la Loire d'Hier à Aujourd'hui (ELHA). En ligne : films-fixes.univ-lyon1.fr (consulté le 22 juillet 2019).

Les altérations de la civilisation française du vin

Titre	Réalisateur	Autres précisions
<i>Le Vin</i>	Office de Documentation par le Film. Vers 1948.	60 vues. N/B. Prod. : Établissements Nicolas
<i>La Vigne et le vin</i>	Office Scolaire d'Enseignement par le Film. N° OCEL 4205. Vers 1950.	80 vues. N/B.
<i>Industries agricoles. Vinification</i>	L'Enseignement par le Film (Larousse). N° LA SA83. Vers 1948.	40 vues. N/B.
<i>La Vigne</i>	Larousse. N° OCEL 3656. Vers 1950.	Enseignement primaire. 2 ^e cycle. 20 vues. N/B.
<i>Le Sucre et ses dérivés</i>	Éditions de la Photocopie. N° Ph 941. Vers 1935.	4 vues (sur 40). N/B.
<i>Pasteur et ses découvertes. Microbes et ferments.</i>	L'Enseignement par le Film (Larousse). 1943. N° LA SA119.	10 vues (sur 40). N/B.
<i>Le Vignoble girondin</i>	Filmstat. N° OCEL 2216. Vers 1930.	37 vues. N/B. Prod. : Syndicat National des Instituteurs
<i>La Champagne</i>	ODF. Vers 1960.	53 vues. Couleurs. Prod. : Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne (CIVC)
<i>Scènes de la vie champenoise</i>	ODF. Vers 1960.	45 vues. Couleurs. Prod. : CIVC
<i>La France par région. Champagne et Picardie</i>	Les Éditions Nouvelles pour l'Enseignement. N° OCEL 2236. Vers 1950.	4 vues (sur 40). N/B.
<i>La Champagne</i>	Les Éditions Filmées. N° OCEL 2155.	Enseignement primaire. 6 vues (sur 26). N/B.
<i>Géographie. Champagne et Picardie</i>	Filmstat (Hachette). Vers 1960.	Classe de 1 ^{er} . 5 vues (sur 45). Couleurs.
<i>Les Crus de Champagne</i>	Paris-Match. Vers 1955.	Série reportage. 20 vues. N/B.
<i>L'Alsace</i>	Éditions Nouvelles pour l'Enseignement (Hatier). N° OCEL 2233. Vers 1950.	Géographie. 3 vues (sur 40). N/B.
<i>Languedoc</i>	Les Éditions Filmées. Vers 1940.	2 vues (sur 30). N/B.
<i>L'Algérie</i>	Fixus Film. N° OCEL 2330. Vers 1940.	3 vues (sur 30). N/B.
<i>L'Économie algérienne</i>	Larousse. N° OCEL 2329. Vers 1945.	1 ^{er} et 2 ^e cycles. 2 vues (sur 23). N/B.
<i>L'Alcoolisme</i>	CUPT. Vers 1960.	35 vues. Prod. : Caisse Nationale de Sécurité Sociale
<i>Luttons. L'action individuelle</i>	Comité National de Défense Contre l'Alcoolisme (CNDCA). Vers 1965.	40 vues. Prod. : CNDCA

Titre	Réalisateur	Autres précisions
<i>Luttons. L'action sociale</i>	CNDCA. Vers 1965.	40 vues. Prod. : CNDCA
<i>Les réflexes... l'alcool... et les accidents</i>	CNDCA. Vers 1965.	35 vues. Prod. : CNDCA
<i>L'Alcoolisme, ses conséquences</i>	Centre Audio-Visuel de l'ENS Saint-Cloud. Vers 1950.	35 vues.
<i>Alcool et alcoolisme</i>	CNDCA. Vers 1950.	35 vues. Prod. : CNDCA
<i>Que boire ?</i>	CNDCA. Vers 1960.	40 vues. Prod. : CNDCA
<i>Un danger national : l'alcool</i>	Les Éditions filmées (Hatier). Vers 1950.	40 vues.
<i>Au bord du chemin</i>	OSEF. Vers 1935.	50 vues. Prod. : Union Nationale des Associations de Tourisme
<i>L'Alcoolisme</i>	Éditions Mazo. Vers 1930.	50 vues.
<i>L'Alcoolisme</i>	Larousse. Vers 1945. N° OCEL 4101.	40 vues.
<i>L'Alcoolisme, fléau social</i>	Larousse. Vers 1950.	50 vues. Prod. : CNDCA
<i>Prosper Laberluche</i>	La Bonne Presse. Vers 1960.	3 films.
<i>L'Alcoolisme</i>	ODF. Vers 1950.	40 vues. Prod. : Comité National d'Éducation Sanitaire
<i>L'Alcool industriel</i>	ODF. Vers 1935.	50 vues. Prod. : Fédération Nationale des Industries de Distillation
<i>Cidres, bières, alcools, vinaigres</i>	Larousse. Vers 1950.	40 vues.
<i>Les Boissons</i>	ENE. Vers 1950.	40 vues.
<i>La Bière</i>	ODF. Vers 1935.	40 vues. Prod. : Kronenbourg
<i>Vie, vigueur, vitamines</i>	ODF. Vers 1960.	40 vues. Prod. : Kronenbourg
<i>La Bière et l'Alsace</i>	ODF. Vers 1960.	40 vues. Prod. : Groupement corporatif des Brasseurs d'Alsace

Troisième partie
Les mots du vin

Le vin, le paysage et la langue : « *linguistic landscaping* » dans le Tyrol du Sud et en Alsace

But, objet et spécificité de cette étude

L'étude du paysage linguistique (« *linguistic landscaping* »), c'est-à-dire des espaces publics plurilingues à travers les panneaux et inscriptions visibles, leurs langues et la hiérarchie de ces langues (telle qu'elle s'exprime dans leur ordre et dans leur graphisme), s'est surtout intéressée jusqu'à présent à l'analyse d'espaces urbains. Cette contribution élargit la perspective à des zones rurales, avec une focalisation sur le tourisme et le vin.

Le vin et son agrotourisme engendrent des constellations intéressantes, prises dans la dialectique d'une authenticité fière de ses racines et d'une culture de bienvenue cosmopolite. De plus, les régions que nous étudions – Alsace et Tyrol du Sud – sont toutes deux marquées par un bilinguisme social (diglossie) dont l'impact sur le paysage linguistique est patent. Notre étude est fondée sur deux mémoires de maîtrise réalisés à l'Université d'Innsbruck, qui étudient, l'un¹ l'Überetsch/Oltradige, une vallée sud-tyrolienne marquée par le vin et l'agrotourisme, l'autre la ville de Strasbourg et la route des vins

-
1. Pour la littérature spécialisée de ce domaine, on peut citer par exemple Rodrigue Landry et Richard Y. Bourhis, « Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality : An Empirical Study », *Journal of Language and Social Psychology*, vol. 16, n° 1, 1997, p. 23-49 ; Durk Gorter, « Foreword : Signposts in the Linguistic Landscape », dans Carla Bagna, Monica Barni, Christine Hélot et Rudi Janssens (dir.), *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*, Frankfurt am Main, Peter Lang, 2012, p. 9-16 ; Georges Lüdi, « The Analysis of the Linguistic Landscape as a Tool for Comprehension of Companies' Language Management and Practices », dans *ibid.*, p. 94-164 ; et Elana Shohamy et Shoshi Waksman, « Linguistic Landscapes of Social Protests : Moving from "Open" to "Institutional" Spaces », dans Robert Blackwood, Elizabeth Lanza et Hirut Woldemariam (dir.), *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, London, Bloomsbury, 2015, p. 85-98.
 2. Voir Hanna Waldthaler, *Choix linguistiques et besoins langagiers dans le paysage linguistique de l'Überetsch/Oltradige dans le Tyrol du Sud*, mémoire de maîtrise, Université d'Innsbruck, 2014.

en Alsace, permettant ainsi une comparaison entre zones urbaines et rurales³.

Les études du paysage linguistique

Lorsqu'il s'agit de délimiter avec plus de précision l'objet de ses études et de définir les critères pour la collection d'un corpus, il peut être utile de réfléchir (dans une logique du prototype) sur l'inclusion ou l'exclusion de certains types de signes. Ces réflexions pourront se faire suivant trois axes :

- signes linguistiques/non linguistiques ;
- signes publics/privés ;
- signes artificiels/naturels.

À l'intérieur de ce système de coordonnées, voici nos propres choix pour la présente étude :

- Notre perspective est celle d'un touriste (muni d'un appareil photo) qui s'intéresse au vin et qui cherche des langues (de préférence, des signes plurilingues) dans l'espace public.
- Cet espace public inclut pour nous l'intérieur d'édifices publiquement accessibles : hôtels, boutiques, restaurants, musées etc., de même que les dépliants et sites web.
- Beaucoup plus qu'aux images et pictogrammes, nous nous intéressons à la hiérarchie des langues telle qu'elle s'exprime à travers l'ordre et la présentation des textes.

Questions de méthode

Méthodologiquement parlant, la collecte de données photographiques constitue un excellent point de départ et une bonne base pour une étude quantitative, mais les questions qu'elle laisse ouvertes sont plus nombreuses que celles qu'elle résout. Ayant découvert, à

3. Voir Anja Stingeder, *Tourisme et plurilinguisme en Alsace : paysage et besoins linguistiques à Strasbourg et sur la route des vins*, mémoire de maîtrise, Université d'Innsbruck, 2015.

travers une étude du paysage linguistique, l'importance plus ou moins grande d'une certaine langue dans une certaine aire géographique, on est naturellement amené à se pencher sur les motivations, les attitudes, les contraintes et les préférences qui expliquent l'état constaté du « *linguistic landscape* ». Tout paysage linguistique n'est en effet qu'un instantané d'une réalité changeante, d'un processus en constante évolution dont les acteurs sont les auteurs et les lecteurs des signes, les décideurs linguistiques et leurs cibles respectives :

People are the ones who hang the signs, display posters, design advertisements, write instructions and create websites. It is also people who read, attend, decipher and interpret these language displays, or at times, choose to overlook, ignore or erase them⁴.

L'étude du paysage linguistique constitue donc une approche méthodologique intéressante, qu'il convient cependant de combiner avec d'autres méthodes sociolinguistiques. Pour la présente étude, nous avons complété le « *linguistic landscaping* » par des interviews qualitatives systématiques sur le sujet des besoins, des politiques et des pratiques linguistiques⁵ dans le tourisme (et même un peu au-delà). Nous avons interrogé les propriétaires (ou quelquefois les employés) responsables des panneaux observés sur les motivations de leurs choix, sur leurs propres compétences linguistiques et sur leurs besoins langagiers professionnels⁶.

-
4. Durk Gorter et Elana Shohamy (dir.), *Linguistic Landscape : Expanding the Scenery*, New York, Routledge, 2009, p. 3. Nous traduisons : « Ce sont les gens qui accrochent les pancartes et les affiches, qui conçoivent les publicités, qui rédigent les instructions et qui créent les sites web. Ce sont aussi les gens qui lisent, déchiffrent et interprètent ces affichages linguistiques, ou parfois choisissent de les négliger, de les ignorer ou de les effacer. »
 5. Pour une introduction à ce domaine de recherche, voir Eva Lavric, Susanne Lesk et Martin Stegu, « Multilingualism in Business : Language Needs », dans Gerlinde Mautner et Franz Rainer (dir.), *Handbook of Business Communication*, Boston, De Gruyter Mouton, 2017, p. 249-268 ; et Eva Lavric, Susanne Lesk et Martin Stegu, « Multilingualism in Business : Language Policies and Practices », dans *ibid.*, p. 269-317.
 6. Cette combinaison de méthodes se retrouve aussi dans Elana Shohamy et Shoshi Waksman, art. cit.

Les régions étudiées

La vallée sud-tyrolienne de l'Überetsch/Oltradige

La province autonome de Bolzano-Tyrol du Sud est une région trilingue dans le Nord de l'Italie, près de la frontière avec l'Autriche et avec la Suisse. Elle regroupe des habitants ayant trois langues maternelles différentes : l'allemand, pour les deux tiers de la population environ ; l'italien, langue nationale et langue maternelle pour le quart des habitants ; et enfin le ladin (langue romane proche du romanche parlé en Suisse), langue minoritaire qui se concentre dans cinq vallées, dont deux situées sur le territoire de la province⁷. Cette répartition linguistique est le résultat d'une histoire mouvementée : le Tyrol du Sud a fait partie de l'Empire austro-hongrois jusqu'à la Première Guerre mondiale ; il était alors monolingue germanophone sauf pour la minorité ladine. La région est passée à l'Italie en 1919, ce qui a conduit à une italianisation intense et forcée, surtout pendant la période fasciste (1925-1945). L'équilibre linguistique actuel est le fruit de longues négociations et d'une législation détaillée.

Le principal vecteur de plurilinguisme est aujourd'hui le tourisme, facteur essentiel de prospérité tant dans les villes que dans les campagnes ; celui-ci est fortement lié au vin, comme en témoigne la fameuse route des vins. Les touristes qui viennent dans le Tyrol du Sud sont majoritairement des Allemands, et en second lieu des Italiens venant du reste du pays. D'autres nations, comme les Suisses, les Autrichiens, les Néerlandais ou les Belges jouent un rôle mineur. Les besoins linguistiques dans le tourisme correspondent donc essentiellement aux deux langues principales de la province. Ce qui ne signifie pas que les compétences nécessaires soient automatique-

7. Pour l'histoire (linguistique) ainsi que la situation actuelle du Tyrol du Sud, se reporter à Siegfried Baur, *Die Tücken der Nähe. Kommunikation und Kooperation in Mehrheits-/Minderheitssituationen*, Merano, Alpha Beta, 2000 ; et Antonello Maggipinto, Patrizia Simone et Daniela Veronesi, *Lingue veicolari e apprendimento. Il contesto dell'Unione Europea e quello di una regione plurilingue : l'Alto Adige/Südtirol*, Azzano San Paolo, Junior, 2003.

ment présentes, car tout le monde n'est pas forcément parfaitement bilingue.

L'Alsace, avec la ville de Strasbourg et la route des vins

L'Alsace a, dans les quatre derniers siècles, fait partie alternativement de l'Allemagne et de la France⁸. Elle est aujourd'hui une région française diglossique ; une partie de la population est bilingue, puisqu'à côté du français, langue officielle largement présente dans tous les domaines (éducation, médias...), l'alsacien, qui remonte à un groupe de dialectes allemands, est utilisé comme langue vernaculaire. L'alsacien est plus vivant que la langue allemande, qui n'est plus aujourd'hui qu'une langue étrangère, plus importante cependant que dans d'autres régions de France (où l'anglais fait figure de première langue étrangère). En termes de pourcentages, 40 % de la population alsacienne parlent aujourd'hui, plus ou moins bien, une variété germanophone. Mais l'alsacien connaît une régression, surtout auprès des jeunes et dans les villes : « moins de 15 % des jeunes de moins de 15 ans le parlent encore en 2000⁹ ».

La ville historique de Strasbourg n'est pas seulement la capitale de l'Alsace, mais aussi l'un des deux sièges du Parlement européen et le siège du Conseil de l'Europe, ce qui conduit à une présence diplomatique importante de toutes les nations européennes, et donne à cette ville de 270 000 habitants une touche de cosmopolitisme. Mais c'est le tourisme international qui génère les plus grands besoins en langues étrangères, non seulement dans la capitale, mais aussi dans les régions vitivinicoles regroupées dans la route des vins.

Pour ce qui est de l'origine des touristes en Alsace, ils sont pour la grande majorité germanophones (Allemands ou Suisses) ; en deuxième lieu arrivent les francophones, Belges ou Français du reste de la

8. Pour l'histoire de l'Alsace et les questions linguistiques qui en découlent, voir Jean-Paul Grasser, *Une histoire de l'Alsace*, Strasbourg, Jean-Paul Gisserot, 2013 ; Robert Greib, Jean-Michel Niedermeyer et François Schaffner (dir.), *Histoire de la langue régionale d'Alsace*, Strasbourg, Société alsacienne et lorraine de diffusion et d'édition, 2013 ; et Pierre Klein, *Das Elsass verstehen : zwischen Normalisierung und Utopie*, Fegersheim, Allewil, 2014.

9. Jean-Paul Grasser, *Une histoire de l'Alsace*, *op. cit.*, p. 109.

France. L'allemand a donc un rôle important à jouer non seulement dans la diglossie alsacienne, mais aussi et surtout dans le tourisme. Cependant, d'autres pays et langues d'origine gagnent en importance dans le tourisme (Italie, Grande-Bretagne, Pays-Bas, États-Unis, Espagne, Danemark, Japon), ce que nous commenterons plus loin.

Résultats de l'étude menée dans le Tyrol du Sud

L'étude de « *linguistic landscaping* » dans le Tyrol du Sud a été menée par Hanna Waldthaler dans la vallée de l'Überetsch/Oltradige, avec une focalisation sur les communes d'Eppan/Appiano et de Kaltern/Caldaro (dont chacune comprend plusieurs villages), situées sur la route des vins. Nous donnons ici tous les toponymes en deux langues, ce qui est obligatoire dans la région, bien qu'une large majorité de la population de ces communes se déclare germanophone (86,24 % à Eppan/Appiano, et 92,61 % à Kaltern/Caldaro¹⁰).

Économiquement parlant, la vallée a une longue tradition vitivinicole et touristique. Les visiteurs viennent pour la plupart d'Allemagne (65 % à Eppan/Appiano en 2013¹¹), du reste de l'Italie (12 %, mais ce segment est en déclin), de Suisse (8 %) et d'Autriche (6 %). On constate aussi un nombre croissant de touristes venant de Suède, de Roumanie, d'Ukraine, de Grande-Bretagne, du Luxembourg, de Slovénie, du Portugal et de France.

Pour son étude des choix linguistiques dans le domaine du vin et du tourisme, Hanna Waldthaler a combiné les méthodes suivantes :

- le « *linguistic landscaping* » (qui inclut les dépliants et les sites web : 600 photos, 500 captures d'écran) ;
- des interviews qualitatives avec les responsables des entreprises touristiques (70 au total, d'une à deux heures chacune) ;
- des questionnaires/interviews avec des touristes (d'origines et d'arrière-plans linguistiques très divers) ;

10. Voir le site du *Landesinstitut für Statistik ASTAT – Autonome Provinz Bozen–Südtirol* : <https://astat.provinz.bz.it/de/default.asp> (consulté le 20 juillet 2019).

11. Source : interview avec le gérant de l'organisation touristique locale d'Eppan/Appiano (Tyrol du Sud) réalisée par Hanna Waldthaler le 16 janvier 2014.

- une enquête « client mystère » avec des courriels en quatre langues envoyés à des hôtels (350 entreprises au total).

Le « *linguistic landscaping* » révèle tout d'abord une hiérarchie nette qui s'établit entre les langues : si un panneau est monolingue, il est en allemand, s'il est bilingue, en allemand et en italien, et s'il est trilingue, en allemand, en italien et en anglais. Ceci est valable à quelques rares exceptions près ; la taille des caractères et l'ordre des langues confirment cette hiérarchie.

Par ailleurs, l'effort linguistique fourni est nettement plus faible dans les établissements d'hébergement que dans les restaurants et dans les établissements viticoles. Dans les hôtels et les chambres d'hôtes privées, les signes et panneaux sont largement monolingues (66,4 %), et quelquefois seulement bi- ou trilingues, tandis que dans les entreprises viticoles les textes bilingues (48,48 %), voire trilingues (27,27 %), sont beaucoup plus fréquents.

Entre les hôtels plutôt monolingues et les viticulteurs plutôt plurilingues, les restaurants se situent au milieu (avec 52,27 % de signes bilingues et 8 % de signes trilingues), mais ils sont nettement plus multilingues sur leurs cartes, dont 69,45 % sont bilingues et 9,72 % trilingues – bien que souvent le plat du jour ne se traduise pas. Les restaurants sont la seule catégorie pour laquelle une quatrième langue, le français, joue un certain rôle, puisqu'il est présent sur deux des cartes de notre corpus.

Par comparaison avec les signes et panneaux que l'on trouve dans les établissements, les dépliants et sites web affichent une plus grande diversité linguistique. Parmi les sites web des hôtels et restaurants, il y a bien quelques exemples monolingues allemands, mais plus de 80 % des sites web sont bi- ou trilingues (même si le texte italien ou anglais est susceptible d'être plus court). Les domaines viticoles ont des sites web à 100 % plurilingues, dont 88,23 % trilingues. Il en va de même pour les dépliants, tant ceux des hôtels que ceux des entreprises viticoles. Nous avons même trouvé quatre sites web qui ajoutent une quatrième langue (un le néerlandais et trois le français), et il est assez surprenant qu'il s'agisse de sites web d'entreprises d'hébergement.

Il est frappant aussi de constater l'usage très répandu d'internationalismes d'origine italienne, anglaise ou française : ils désignent des entreprises d'hébergement (*Residence, Appartements*) ou certains de leurs services (*Wellness, Beauty, Lifestyle*). Dans les entreprises viticoles, le mot anglais *wine* remplace souvent le mot allemand *Wein*, même dans les mots composés comme *WineStube, Winepass* ou *Wine Bar*. Les restaurants ont souvent des désignations italiennes (*Ristorante, Pizzeria*), et sur leurs cartes on trouve un parfait mélange de langues : dialecte sud-tyrolien (*Spatzlen, Erdäpfblattlen, Greaschtl*, etc.), italien (*spaghetti carbonara, pizza Margherita, vitello tonnato*), anglais (*hamburger, barbecue, muffin*). Les emprunts au français sont très prisés pour mettre en valeur les plats et leurs ingrédients (*chateaubriand, sauce béarnaise, coulis, crème brûlée*).

Par rapport au « *linguistic landscaping* », qui révèle une sensibilité multilingue et des compétences plurielles, l'enquête « client mystère » auprès des hôtels donne lieu à des doutes concernant la qualité du service linguistique. Les courriels en allemand ont obtenu des réponses dans 72 % des cas, ceux en italien dans 56 % des cas, et ceux en anglais dans 15-16 % des cas seulement. Surtout pour le français, les réponses étaient données dans une autre langue, et en général, la correction linguistique laissait fort à désirer.

Enfin, les interviews qualitatives menées auprès des commerçants, patrons, employés de restaurants ou autres, ont confirmé la très large prépondérance de l'allemand non seulement comme langue de la province, mais aussi comme moyen de communication dans le tourisme, qu'elle soit la langue maternelle des touristes allemands, autrichiens ou suisses, ou une langue étrangère apprise par les visiteurs d'autres origines (surtout des pays du Benelux). Les interviews et questionnaires réalisés auprès des touristes confirment que les germanophones se sentent réellement bien accueillis, de même que les italo-phones, même si les compatriotes venant d'autres régions italiennes s'étonnent quelquefois des compétences quelque peu lacunaires des autochtones en italien. De plus, les entreprises viticoles plus petites manquent souvent de compétences linguistiques, surtout en anglais (c'est aussi une question de générations), ce qui est compensé par des images ou des pictogrammes.

Pour ce qui est des autres langues, l'anglais est utilisé comme *lingua franca* à l'exportation, ainsi que pour les 5 % de touristes qui ne parlent ni allemand ni italien. Sur ce point, nous avons cependant repéré une légère divergence entre les professionnels locaux du tourisme et les touristes en question, qui, eux-mêmes, se sentent très bien accueillis et compris, mais qui insistent sur la nécessité pour la région d'élargir ses compétences linguistiques à des langues plus « exotiques » pour accueillir un public plus diversifié dans l'avenir. Les professionnels du tourisme, pour leur part, ont l'impression de bien couvrir tous les besoins linguistiques des visiteurs à travers leurs compétences en allemand, en italien et en anglais ; certains auraient envie d'apprendre le français ou le russe (ou d'autres langues slaves), mais leur priorité se porte plutôt sur des progrès à faire en anglais ou en italien.

Au total, la vallée de l'Überetsch/Oltradige, avec son bilinguisme allemand-italien et les bonnes connaissances en anglais de ses professionnels, a l'air d'être très bien préparée pour recevoir les touristes qui s'intéressent à cette destination à l'heure actuelle. Cependant, certaines des personnes interrogées, surtout des touristes anglophones, suggèrent avec raison que des compétences linguistiques plus diversifiées pourraient s'avérer utiles dans un proche avenir.

Résultats de l'étude menée en Alsace

Voici à présent les zones exactes qui ont été étudiées par Anja Stinger à Strasbourg et sur la route des vins en Alsace : quatre zones touristiques dans la ville de Strasbourg (la Place de la Cathédrale et ses environs, la Place Kléber, le quartier de la Petite France et le centre commercial Place des Halles), donnant lieu à 135 photos ; pour la route des vins ont été inclus dix villages (Ungersheim, Mittelbergheim, Bergheim, Hunawihl, Riquewihl, Ribeauvillé, Saint-Hippolyte, Kintzheim, Beblenheim, Zellenberg et Scherwiller) et sept attractions touristiques (la Montagne des singes, la Volerie des aigles, le château du Haut-Kœnigsbourg, un parc thématique à Hunawihl, un musée du vin, un écomusée et une manufacture de chocolat), avec 185 photos prises.

L'étude d'Anja Stingeder en Alsace est un peu moins riche du point de vue méthodologique que celle de Hanna Waldthaler dans le Tyrol du Sud, puisqu'elle combine uniquement le « *linguistic landscaping* » (320 images) et les interviews qualitatives (51 interviews). Mais elle compare un centre urbain et une région rurale, et les sites choisis sont d'une grande diversité (hôtels et restaurants, viticulteurs et marchands de vin, boutiques de souvenirs, bureaux d'information touristique, musées, églises et autres attractions touristiques, y compris des parcs thématiques et zoologiques). Comme les panneaux et enseignes plurilingues sont très nombreux, Anja Stingeder a choisi de laisser de côté les textes monolingues ; mais elle inclut elle aussi les dépliants et les sites web.

Dans la ville de Strasbourg, les responsables et les professionnels du tourisme énumèrent les Français, les Allemands ou germanophones, puis les Belges, les Britanniques, les Espagnols, les Italiens, les Américains et les Australiens comme les touristes les plus nombreux, auxquels s'ajoutent un certain nombre de Russes et quelques Japonais et Chinois, ces derniers étant en augmentation. Le tramway souhaite d'ailleurs la bienvenue aux touristes *via* un habillage plurilingue.

Il n'est donc pas étonnant que les principales langues que l'on trouve sur les affiches, enseignes et panneaux soient le français, l'allemand et l'anglais ; ces trois langues apparaissent souvent ensemble (y compris pour les textes de prière affichés à l'intérieur de la cathédrale), ou bien deux à deux : la combinaison la plus fréquente est français-allemand, mais on trouve aussi français-anglais. À cela vient s'ajouter quelquefois une troisième ou quatrième langue, qui peut être l'italien, mais aussi le japonais ou le chinois.

Ces choix sont dictés par l'arrière-plan linguistique des touristes, plus que par le caractère bilingue de la région. Il est donc intéressant de comparer l'origine des visiteurs à Strasbourg (voir ci-dessus) avec celle des amateurs de la route des vins, où les Italiens sont plus nombreux et arrivent en troisième position derrière les Allemands et les Suisses. En général, la clientèle dans cette région rurale est plus diversifiée, puisqu'on trouve aussi des touristes venant de Scandinavie, d'Israël et d'Amérique du Sud (l'Écomusée d'Ungersheim proposant par exemple une offre touristique très plurilingue).

Toutefois, les choix linguistiques des enseignes et des panneaux sur la route des vins, tout comme ceux des cartes de restaurant, ne diffèrent guère de ceux du paysage urbain de Strasbourg : ils sont soit bilingues français-allemand, soit trilingues français-allemand-anglais, et quelquefois même quadrilingues – ajoutant le néerlandais.

Voyons maintenant un exemple de « meilleure pratique » linguistique : le château du Haut-Koenigsbourg a tous ses panneaux en trois langues, parfaitement traduits, et il est surtout le champion absolu des dépliants et audio-guides, qui sont offerts en non moins de treize langues (français, allemand, anglais, espagnol, italien, portugais, néerlandais, danois, suédois, russe, tchèque, chinois et japonais). À quoi s'ajoutent des offres spéciales pour les personnes handicapées.

Si la combinaison français-allemand correspond aux origines des touristes et non pas au caractère bilingue de la région (ce qui est confirmé par la co-présence de l'anglais, non moins fréquent que l'allemand), comment la diglossie alsacienne se traduit-elle dans l'espace public ? La réponse est simple : à travers la présence de l'alsacien sur les panneaux, affiches et enseignes. Dans le centre-ville de Strasbourg, l'alsacien est présent, à côté du français, sur les panneaux de rues.

Les commerces annoncent souvent l'alsacien comme ils annonceraient une langue étrangère. Sont alsaciens aussi les noms (*Waldstebel*) ou les désignations (*Winstub*, *Bierstüb*) de certains restaurants, et l'alsacien apparaît également dans les cartes et sur les enseignes – souvent en combinaison avec des symboles folkloriques comme le costume alsacien – pour signaler l'authenticité des racines et des traditions régionales.

Les interviews de l'enquête ont montré qu'un nombre non négligeable de personnes disent parler l'alsacien, mais que ceux qui le dominant ne l'utilisent qu'avec des clients autochtones ou avec la famille et les amis, et non pas dans des situations professionnelles. La communication en alsacien se réduit donc à une fonction vernaculaire liée de plus aux générations plus âgées ; mais l'alsacien possède une valeur symbolique dans les contextes touristiques. Cependant, ceci n'est valable que pour le centre-ville de Strasbourg, car l'alsacien, assez curieusement, n'est pas présent dans le tourisme sur la route

des vins, malgré les compétences certaines de la « vieille génération ». Nous sommes d'avis que les zones rurales, avec leur viticulture et leur agrotourisme, n'ont pas vraiment besoin d'affirmer leur authenticité à travers l'usage de l'alsacien, leur identité régionale et leur ancrage dans le terroir ne faisant certainement aucun doute.

Pour ce qui est des langues étrangères, les commerçants, viticulteurs, employés de musées etc. (tant à Strasbourg que sur la route des vins) rapportent pour la plupart dans les interviews qu'ils ont de bonnes compétences, à côté du français, en allemand, en anglais ou dans les deux langues. Ils affirment par conséquent qu'ils s'en sortent très bien avec leur répertoire linguistique. Certains commerçants ou serveurs disent même posséder des compétences de base en italien, en espagnol, en russe, en japonais ou en arabe. Mais ces connaissances se bornent le plus souvent à un niveau rudimentaire, juste suffisant pour leurs échanges professionnels avec les clients. Lorsqu'on n'arrive pas à communiquer avec un certain client, on a recours à une autre personne qui travaille dans le même établissement et qui dispose des compétences linguistiques nécessaires.

Les professionnels du tourisme parlent souvent, cependant, de leur désir d'apprendre ou d'introduire dans l'entreprise une ou plusieurs langues supplémentaires (par exemple l'italien, l'espagnol, ou bien une langue asiatique – on se rappelle les origines des touristes). Nous pensons que ces déclarations de bonne volonté ne sont pas forcément crédibles, elles sont probablement dues au fameux *self-report bias* qui affecte toutes les interviews qualitatives, c'est-à-dire à la tendance à donner des réponses socialement désirables plutôt que de s'en tenir à la vérité.

Il est intéressant en effet de voir certaines des personnes interviewées attribuer leurs problèmes de communication au manque de compétences linguistiques des clients étrangers, plutôt qu'à leur propre manque de compétences. Sont incriminés surtout les touristes italiens (et russes), qui ne parlent pas assez bien l'anglais ou le français. Ce cliché est extrêmement fréquent, puisque 50 % des personnes interrogées à Strasbourg, et 90 % sur la route des vins, se plaignent de difficultés de communication avec les Italiens.

Ce comportement correspond exactement à ce que Sonja Vandermeeren¹² appelle des « *unperceived language needs* », qu'elle définit comme suit : « *[C]ompanies who are in regular business contact with a certain country and claim that it is not or only occasionally necessary for them to use that country's language*¹³ ». À l'égal du Tyrol du Sud, l'Alsace et ses professionnels du tourisme sont persuadés que tout va bien du côté de leurs compétences linguistiques – un jugement qui est peut-être valable à l'heure actuelle (et encore !), mais qui risque de s'avérer erroné dans un très proche avenir.

Conclusion

Les études que nous avons présentées et comparées dans la présente contribution sont toutes deux axées sur les choix et les besoins linguistiques dans des régions marquées par le tourisme et le vin – régions urbaines, mais aussi rurales, qui ont en commun une situation de diglossie. Celles-ci ont été étudiées à travers une combinaison de « *linguistic landscaping* » et de méthodes complémentaires, en particulier d'interviews qualitatives telles qu'on en trouve couramment dans les analyses de besoins linguistiques. Cette approche méthodologique apporte des résultats intéressants, puisque l'inventaire des langues trouvées sur les affiches, enseignes et panneaux présents dans l'espace public (et dans cette extension virtuelle de l'espace public que constitue l'internet) peut être complété et approfondi grâce aux explications des personnes liées à la rédaction des signes linguistiques publics étudiés.

-
12. Voir Sonja Vandermeeren, *Fremdsprachen in europäischen Unternehmen. Untersuchungen zu Bestand und Bedarf im Geschäftsalltag mit Empfehlungen für Sprachpolitik und Sprachunterricht*, Waldsteinberg, Heidrun Popp, 1998 ; et Sonja Vandermeeren, « Foreign Language Need of Business Firms », dans Michael H. Long (dir.), *Second Language Needs Analysis*, Cambridge, Cambridge University Press, 2005, p. 159-181.
 13. Sonja Vandermeeren, « Foreign Language Need of Business Firms », art. cit., p. 162. Nous traduisons : « Les entreprises qui sont en contact d'affaires régulier avec un certain pays et qui prétendent qu'il n'est pas (ou qu'il n'est qu'occasionnellement) nécessaire pour elles d'utiliser la langue de ce pays. »

Nous avons vu que dans les deux régions, dans la vallée de l'Überetsch/Oltradige dans le Tyrol du Sud tout comme dans la ville de Strasbourg et sur la route des vins en Alsace, les langues qui sont présentes sur le territoire *via* la diglossie, c'est-à-dire l'allemand et l'italien dans le Tyrol du Sud, et le français et l'allemand – à travers l'alsacien – en Alsace, suffisent, en combinaison avec l'anglais, pour recevoir un public touristique qui majoritairement parle ces mêmes langues soit comme langue maternelle soit comme langue étrangère. Cette correspondance presque idéale masque cependant des problèmes de communication avec certains groupes linguistiques, ce qui illustre bien le phénomène de ce que Sonja Vandermeeren appelle les « besoins linguistiques qui passent inaperçus ».

Eva Lavric, Anja Stingeder et Hanna Waldthaler

Université d'Innsbruck

Vin et altérité dans un monde numérique : pour une approche info-communicationnelle

Le commerce du vin : un enjeu international

Il est des vins qui voyagent bien et d'autres qui, comme les humains, ont, pour ainsi dire, le mal de mer ou, plus généralement, le mal du voyage. Combien de fois n'avons-nous pas entendu, de la bouche d'un connaisseur ou d'un vrai amateur, cet avertissement qui tient de la sentence, voire de la condamnation : « C'est un vin qui a bougé ! » De ce point de vue, le vin et le voyage ne doivent pas être associés. Et pourtant, les Phéniciens, peuple voyageur s'il en fut, n'ont pas manqué de se déplacer avec leurs vins, dont nous pouvons plus ou moins deviner le goût à partir de l'état actuel des cépages qu'ils ont introduits en Europe. Mais sommes-nous sûrs que le jerez, qui accompagne si bien les tapas, en Andalousie, par exemple, ressemble encore à celui qui, pour la première fois, il y a bien des millénaires, a arrosé la terre d'Espagne ? Et notre chardonnay est-il toujours celui qu'ils nous ont apporté ? D'ailleurs, est-ce souhaitable qu'il en soit ainsi ? Car dans le temps et dans l'Histoire, dans ses multiples déplacements, la vigne témoigne toujours du travail des hommes. Notre dette envers ceux qui ont su la faire évoluer est donc patente. N'oublions pas que, comme presque tout ce qui fait la civilisation que nous appelons occidentale, le vin est né en Orient, en Phénicie peut-être, ou en Égypte, ou dans l'actuelle Syrie. Et ce sont bien des terres orientales qui ont permis à Noé, après l'eau du Déluge, de retrouver le vin de la vie. Celui-ci a dû accomplir bien des voyages avant de parvenir jusqu'à nous, se glissant dans des cratères grecs, des amphores étrusques ou romaines et dans les tonneaux qui descendaient les fleuves du Moyen-Âge. Admirable capacité du vin, donc, de s'adapter à des temps et des milieux différents, déjouant ainsi, par avance, toute tentative de l'enfermer dans la monotonie ou l'uniformité. Accordons-lui, au contraire, le temps de reconnaître les lieux où il a été transporté. Il peut alors, nous l'avons vu, dormir, bien au calme. Comme le poète, il travaille en dormant. Et c'est de son sommeil que naissent nos plus beaux rêves.

Ceux-ci sont parfois datés : nous les appelons alors des millésimes. Date et lieu de naissance s'associent ainsi pour nous inviter au voyage et au dialogue. Car c'est à nous, maintenant, de voyager vers le vin¹. Le commerce mondial du vin et les échanges entre pays producteurs et consommateurs (souvent les mêmes) s'intensifient, selon l'OIV², organisme intergouvernemental à caractère scientifique et technique dédié au suivi du marché mondial de la production vitivinicole. Selon ce même organisme, la production mondiale de vin (hors jus et moûts) atteint en 2018 le record de 292,3 millions d'hectolitres tandis que la consommation se stabilise à 246 millions. Le rapport affirme que « l'analyse par pays montre que les échanges de vin sont toujours largement dominés par l'Espagne, l'Italie et la France qui représentent à eux trois 50,7 % du volume du marché mondial en 2018, soit 54,8 millions d'hectolitres. [...] Les cinq premiers pays importateurs – Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis, France et Chine – continuent à représenter plus de la moitié des importations totales³. »

Nous pouvons constater une situation privilégiée pour la France : dans le cadre des échanges commerciaux dans le domaine du vin (hors spiritueux), le secteur produit un excédent net d'environ 8,5 milliards d'euros. Le marché français est visiblement un marché compliqué à gagner pour des vins non français, à cause de la production forte du marché intérieur, tandis que les vins français continuent d'être attractifs pour les pays consommateurs étrangers. Dans ce marché fort, diversifié mais avec des acteurs dominants et certains en émergence (Chine, Grèce, etc.) et face à une consommation qui se stabilise, la visibilité des productions est un des facteurs-clés de la réussite des entreprises commercialisant le vin. Cette visibilité passe tout d'abord par la communication. La tâche est complexe, car vigne et vin constituent des objets tout à la fois de négoce, de science, de

-
1. Voir Françoise Argod-Dutard, Pascal Charvet et Sandrine Lavaud (dir.), *Voyage aux pays du vin, des origines à nos jours*, Paris, Robert Laffont, 2007, p. 1032.
 2. OIV, communiqué de presse du 11 avril 2019, en ligne : <http://www.oiv.int/public/medias/6662/fr-communiqu-de-presse-oiv-11042019.pdf>. Les échanges sont en progression avec 108 millions d'hectolitres, et ils sont assortis d'une augmentation en valeur de 1,2 % pour atteindre 31,3 milliards d'euros.
 3. OIV, note de conjoncture mondiale, situation du secteur en 2018, en ligne : <http://www.oiv.int/public/medias/6678/fr-oiv-note-de-conjoncture-2019.pdf>

culture et de patrimoine. Les attentes des consommateurs de pays aussi différents que le Japon et le Canada, par exemple, ne se ressemblent pas⁴. Une communication innovante se doit alors d'intégrer toutes ces dimensions pour créer des liens interdisciplinaires entre les différents domaines concernés : recherche scientifique et monde professionnel, problématiques liées à la dimension interculturelle associée au vin et problématiques liées aux stratégies de communication numériques. Car même si l'approche *marketing* avec son orientation sur les besoins et attentes des clients et sa modélisation des consommateurs n'est pas la voie royale pour tout producteur de vin, les conditions de la visibilité – et de la reconnaissance – d'un produit sont multiples.

Un objet de recherche multidisciplinaire

La culture œnologique constitue un objet multifacettes sur lequel se sont penchées de nombreuses disciplines. De nombreux travaux ont ainsi été menés en sciences humaines et sociales. Les travaux en géographie portent sur les rapports entre territoires et alimentation⁵, sur les terroirs viticoles⁶, sur le terroir et la viticulture⁷, sur la diffusion du goût pour le vin dans le monde⁸, ou encore sur la mondialisation du vin et ses conséquences⁹.

-
4. Voir à ce sujet les études de marché ciblées de FranceAgriMer, en ligne : <https://www.franceagri.fr/>
 5. Voir Jean-Robert Pitte, *Gastronomie française : histoire et géographie d'une passion*, Paris, Fayard, 1991.
 6. Voir Hélène Gibert, « Le vignoble du Beaujolais : une recherche d'ancrage territorial », *Pour*, vol. 215-216, n° 3, 2012, p. 95-105 ; Jean-Robert Pitte, *Bordeaux, Bourgogne, les passions rivales*, Paris, Hachette, 2005 ; Jean-Robert Pitte, « À propos du terroir », *Annales de géographie*, n° 605, 2006, p. 86-89 ; et Jean-Robert Pitte, *L'Amour du vin*, Paris, CNRS Éditions, 2013.
 7. Voir Éric Rouvellac, *Le Terroir, essai d'une réflexion géographique à travers la viticulture*, HDR en géographie, Université de Limoges, 2013.
 8. Voir Jean-Robert Pitte, *Le Désir du vin. À la conquête du monde*, Paris, Fayard, 2009.
 9. Voir Raphaël Schirmer, Hélène Velasco et Aurélie Boissière, *Atlas mondial du vin : la fin d'un ordre consacré ?*, Paris, Éditions Autrement, 2010, p. 20 ; et Raphaël Schirmer, « Un nouveau monde des vins », *Pour*, vol. 215-216, n° 3, 2012, p. 115-121.

En sciences de gestion, l'approche scientifique du *marketing* du vin cherche à identifier les critères de choix qui gouvernent la consommation de vin¹⁰. Plus récemment, et dans une moindre mesure, les recherches sur la consommation de vin en France soulignent ses dimensions distinctive, expérientielle et culturelle ainsi que la forte influence du contexte de consommation, notamment de l'avis des experts. Elles se fondent alors sur des travaux anthropologiques¹¹. Elles insistent aussi sur le risque perçu par le consommateur face à la complexité de ce domaine de consommation, et à l'importance accordée conséquemment aux informations accompagnant les produits¹². Pour toutes ces raisons, Jérôme Lacoëuille¹³ souligne que la consommation de vin ne peut être uniquement abordée sous l'angle cognitif¹⁴.

-
10. Voir Antoine Roger, « Constructions savantes et légitimation des politiques européennes. La circulation des savoirs sur la vigne et le vin », *Revue française de science politique*, n° 60, 2010, p. 1091-1113 ; Thomas Stenger, « L'interactivité dans la relation d'achat en ligne : entre information et prescription ? Le cas de la vente de vin par Internet », thèse de doctorat en sciences de gestion, IAE de Poitiers, 2004 ; et Debbie Vigar-Ellis, Leyland Pitt et Albert Caruana, « Knowledge Effects on the Exploratory Acquisition of Wine », *International Journal of Wine Business Research*, vol. 27, n° 2, 2015, p. 84-102.
 11. Catherine Lapassousse-Madrid et Christine Monnoyer-Longé, « Intégration d'un site web dans la stratégie *marketing* : les vins de Bordeaux », *Décisions Marketing*, n° 19, janvier-avril 2000, p. 21-27.
 12. Voir la thèse de Thomas Stenger, *op. cit.*
 13. Voir Jérôme Lacoëuille, « Les spécificités du *marketing* du vin, quel rôle pour la MDD ? », dans *Actes du XVII^e Congrès de l'Association Française de Marketing*, Lille, 2002.
 14. Signalons également les équipes fortement interdisciplinaires du pôle Alimentation de l'Université François-Rabelais de Tours, qui réunit des chercheurs en histoire, sociologie, anthropologie, mais aussi archéologie, littérature, arts, psychologie, économie, neurosciences, biologie et médecine (en ligne : <http://alimentation.univ-tours.fr/accueil/>). La revue *Mondes du tourisme* (en ligne : <http://www.mondesdutourisme.com/>), revendiquant fortement son ancrage pluridisciplinaire, constitue aussi une source essentielle et similaire dans son approche complexe du phénomène touristique. Elle a plusieurs fois proposé des livraisons interrogeant le patrimoine immatériel des territoires (1998, 2001, 2002), et elle a consacré de récents numéros au patrimoine gastronomique (2013). Quant à l'équipe CERTOP de l'Université de Toulouse (avec son pôle Tourisme, Alimentation et Santé), elle s'est notamment intéressée à la construction sociale du marché du vin, au développement d'une culture du vin dans des sociétés n'ayant pas de tradition viticole et à l'innovation dans les processus de valorisation des patrimoines alimentaires et non alimentaires en espace rural.

L'approche communicationnelle : le projet CIVIN

Le projet « Le vin de l'autre », porté par le laboratoire ILLE de l'Université de Haute-Alsace à l'initiative de Michel Faure, professeur émérite d'histoire des idées britanniques¹⁵, a constitué un groupe interdisciplinaire et interuniversitaire, avec des collègues de Reims notamment, afin d'explorer les représentations du vin par-delà les frontières culturelles et à travers le temps. Le projet CIVIN¹⁶ se joint à cette initiative avec l'approche qui est la sienne, celle des sciences de l'information et de la communication (SIC). Cette approche apparaît alors comme complémentaire aux autres dans la mesure où ces dernières se sont intéressées à la valorisation des territoires et de leurs productions et non à l'adaptation aux goûts¹⁷. En effet, les SIC ont développé historiquement une attention particulière à la communication territoriale et patrimoniale¹⁸. Elles ont analysé comment les territoires cherchent à exister, à se composer une identité, du local au régional au travers de nombreuses stratégies (noms, labels, *story-telling*, relations presse, classements, etc.), et elles ont aussi proposé des démarches pour que les acteurs du territoire lui-même puissent participer à l'analyse et à la prescription de solutions aux problèmes. Les SIC se sont intéressées particulièrement aux enjeux associés aux objets complexes, en focalisant leur attention sur les médiations. Elles prennent ainsi en compte non seulement des produits et des discours hétéroclites, mais aussi leur circulation dans des espaces socioculturels variés et leur appropriation par des publics différents : on

-
15. Animé également par Sonia Goldblum et Frédérique Toudoire-Surlapierre.
 16. Ce travail a bénéficié d'une aide de l'État gérée par l'Agence Nationale de la Recherche au titre du programme Investissements d'avenir portant la référence ANR-11-IDFI-0005, Nova Iris, Centre de compétences transfrontalières.
 17. Voir Stéphane Olivesi, *Des vins et des hommes : une économie symbolique du goût*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2018.
 18. Voir Henri Boyer et Hélène Cardy, « Localiser, identifier, valoriser », *Mots. Les langages du politique*, n° 97, 2011, p. 5-13 ; Cyril Masselot, « Information, Communication, and Territorial Intelligence : New Challenges », dans *Proceedings of the International Conference of Territorial Intelligence*, Salerno, 2009 ; et Jacques Noyer, Bruno Raoul et Isabelle Pailliar (dir.), *Médias et territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*, Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013.

est en présence d'une approche de la complexité et de la médiation patrimoniale¹⁹, mais aussi de la médiation touristique²⁰.

Les SIC ont également travaillé la question de la communication internationale et interculturelle, traversant les frontières et prenant en compte la *dispositio* et l'*habitus* culturellement situés afin d'analyser les transformations identitaires à travers la communication et d'évoquer les tensions émergentes²¹.

Les SIC sont alors l'une des disciplines les plus à même de développer des approches interdisciplinaires fécondes pour l'analyse de la gastronomie en général, et du vin en particulier, tandis que les sciences du langage, en particulier à travers l'étude systématique des discours spécialisés professionnels – dans leur interface avec les discours consommateurs – livrent des résultats immédiatement utilisables sur le plan des éléments de langage²².

Depuis 2018, des chercheurs des laboratoires ELLIADD et CRESAT, entourés par des collègues nationaux et internationaux, mènent un projet sur la communication interculturelle vitivinicole (CIVIN), projet soutenu par le centre de compétences transfrontalières NovaTris.

À travers son objet universel, le projet CIVIN construit une enquête sur les modalités de communication des représentations transfrontalières autour du vin et de ses métiers. Il analyse les manières de transmettre la complexité de la culture vitivinicole d'un pays

19. Voir Michèle Gellereau, « Pratiques culturelles et médiation », dans Stéphane Olivesi (dir.), *Sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2013, p. 25-42.

20. Voir Philippe Viallon, « La communication touristique, une triple invention », *Mondes du tourisme*, n° 7, 2013, p. 2-11.

21. Voir Christian Agbogli, « La communication internationale : état des lieux et perspectives de recherche pour le XXI^e siècle », *Communiquer*, n° 15, 2015, p. 65-84 ; Angeliki Koukoutsaki-Monnier, « Pour une approche pluridimensionnelle de l'identité nationale », *Interrogations ? Revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales*, 2013 ; Anne-Marie Laulan, « Communication et diversité culturelle », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 2, 2013, en ligne : <http://rfsic.revues.org/277> ; et Carsten Wilhelm, « Les SIC face à l'impératif interculturel », *Les Cahiers de la SFSIC*, n° 11, 2015, p. 101-107.

22. Voir les contributions réunies dans Laurent Gautier et Eva Lavric (dir.), *Unité et diversité dans les discours sur le vin en Europe*, Frankfurt am Main, Peter Lang, 2015.

sans simplification, spécifiquement mais non exclusivement à l'aide de dispositifs numériques, à des publics de cultures différentes. Les chercheurs du projet CIVIN arpentent des terrains variés, tels que la communication transfrontalière et la compréhension mutuelle des vins en contexte franco-allemand ainsi que la communication internationale du vin, particulièrement dans le contexte du *marketing* des vins grecs en France.

À la fois concrétisation et extension d'une proposition initiale qui s'intéressait à la transmission de la culture française du vin à un public non expert et issu de cultures différentes à travers des outils numériques (projet DIVIN), le projet CIVIN cherche ainsi à interroger l'écart culturel entre les représentations symboliques d'un produit comme le vin et les modalités de sa communication à l'international. Il s'appuie pour cela sur des recherches antérieures portant sur la dimension interculturelle associée au vin. Celles-ci ont tenté de comprendre comment une culture alimentaire très pointue est perçue par des populations aux traditions alimentaires différentes, et quels éléments de cet objet complexe sont alors appréciés ou au contraire dépréciés.

Le rôle de médiation du numérique

La place du numérique est au cœur de l'investigation car le secteur viticole s'appuie de plus en plus fortement sur des stratégies de communication digitale²³. L'étude partira de travaux concernant les stratégies de communication, la construction de discours adaptés et les démarches mises en place par les sites de vente de vin en ligne pour s'adapter à des publics hétérogènes et de niveaux de connaissance œnologique variés. Partant de l'hypothèse que les outils nu-

23. À ce sujet deux études exploratoires réalisées par un groupe de Master 2 InfoCom en 2017 et 2019 questionnent la présence numérique de plusieurs vigneronns et domaines. Ces études ont permis d'établir un état de l'art des outils numériques mobilisés dans leur communication stratégique, ainsi qu'une première approche des représentations provoquées chez les professionnels de la vigne et du vin. Des contacts ont été établis avec des organisations professionnelles (BIV) et des observations ont été menées dans le cadre de salons professionnels en France, en Grèce et en Allemagne.

mériques sont capables de traduire la complexité d'un objet sans le simplifier²⁴, elle a pour objectif, dans une perspective de valorisation socio-économique, le développement de services numériques pouvant véhiculer la richesse de la culture vitivinicole d'un pays, et ainsi favoriser à terme l'exportation des vins alsaciens.

La première étape de cette démarche consiste à comprendre les représentations et à catégoriser les usages actuels des outils numériques par les acteurs/professionnels de la filière vitivinicole en Alsace et en Bourgogne Franche-Comté.

La confrontation des terrains à double flux

Trois terrains concrets permettent d'approfondir ces recherches.

1- Un terrain « proche » d'abord

Dans le cadre de la perception par les publics cibles et des stratégies de communication dans le contexte franco-allemand, des études comparatives sont réalisées, notamment en Alsace et dans les régions voisines outre-Rhin, dans les territoires du Jura et en Bourgogne. Cette étude des représentations comprend la perception du vin mais aussi l'analyse des évolutions du secteur économique et de ses intermédiaires.

L'enquête de terrain permet d'aborder *in situ* avec les professionnels à la fois les démarches intégrant le numérique (et plus particulièrement celles à destination d'un public étranger) et leurs représentations à l'égard des technologies numériques. Le choix s'est porté sur l'Allemagne pour des raisons d'expertise de l'équipe, mais aussi pour des raisons stratégiques. Le marché du vin en Allemagne est l'un des plus importants au monde : c'est le quatrième marché mondial de consommation de vin derrière les États-Unis, l'Italie et la France, le premier importateur mondial de vins en volume et le troisième en valeur²⁵.

24. Cristina Badulescu, « La communication numérique en terrain sensible », *Questions de communication*, n° 28, 2015, p. 81-100.

25. OIV, Note de conjoncture mondiale, texte cité.

Ce pays voisin à la culture proche a développé un rapport au vin tout autre : importance des cépages et non des appellations, importance des médailles notamment allemandes, importance des marques, linéaires des grands magasins organisés par couleurs et non par régions. La recherche se fait sur place lors de salons régionaux, à Offenburg en Allemagne (*Badische Weinmesse*) et à Bâle en Suisse (*Wein Messe Basel*). L'enquête intègre également la plus importante foire en Allemagne consacrée au vin et s'adressant aux professionnels : *ProWein*, salon et plateforme d'affaires les plus importants au niveau mondial pour la branche internationale « vin et spiritueux » avec plus de 6 500 exposants de plus de 60 pays et qui réunit à Düsseldorf plus de 1 000 exposants français.

En ce qui concerne la communication à l'international, les pratiques des amateurs étrangers face à la complexité de la culture vitivinicole française montrent que la langue n'est pas la barrière principale. Ce n'est pas une « simplicité » illusoire, une « complexité déchiffrable, car fondée sur une riche combinaison de règles simples²⁶ » qui permettrait une communication efficace des vins français. Contrairement aux objets d'usage quotidien, la charge symbolique du produit vin rend une communication simplexe inopérante²⁷. Une enquête chez les intermédiaires de la filière du vin du Jura interroge le rôle des interprofessions dans ce processus.

2- Un terrain « lointain » : le cas spécifique de la communication outre-Atlantique des vins français

Suite à un stage long d'une étudiante M2 InfoCom dans une coopérative importante en Alsace, des échanges ont permis d'identifier des problématiques intéressantes, tant au niveau de la communication internationale des gammes de vin que des saveurs et des valeurs. Entre vente en gros, marques « haut de gamme » et alcools,

26. Alain Berthoz, *La Simplicité*, Paris, Odile Jacob, 2009, p. 12.

27. Une telle simplicité tirerait profit du fait que, tandis que le monde est complexe, la simplicité est dans l'esprit : « *the complexity is a fact of the world, whereas simplicity is in mind* » (Donald A. Norman, *Living with Complexity*, Cambridge, MIT Press, 2010, p. 53). La multisensorialité de l'expérience du vin couplée à ses enjeux sémiotiques complexes semble rendre difficile cette opération.

les productions des grandes coopératives et entreprises sortant de leur territoire habituel posent des défis de communication. Alors que pour l'instant des importateurs se sont occupés de la commercialisation des vins dans le Nouveau Monde, le producteur fait davantage appel à des agences de communication biculturelles et aux outils numériques.

3- Un terrain « inversé »

Une observation (2016-2019) de la sélection et distribution des vins grecs en France et une visite des territoires canadiens de viticulture (2016) ont permis de formuler une problématique « inversée » : le défi de la communication du vin grec et du vin canadien dans un territoire « saturé » et exigeant tel que la France. Ces terrains sont particulièrement intéressants car émergents sur la scène internationale et particulièrement en France malgré leur longue histoire. Leur stratégie de communication et l'usage du numérique dans ce cadre paraissent prometteurs afin de s'assurer une visibilité. Des changements de génération stimulent, dans le cadre des deux pays, des innovations dans ces domaines. Un savant mélange de tradition et d'innovation semble alors guider les producteurs.

Premiers résultats

L'étude des terrains proches a été amorcée avec l'analyse des documents et observations aux salons *Badische Weinmesse* (Offenburg, 5-6 mai 2018), *Wein Messe Basel* (27 octobre-4 novembre 2018) et *ProWein* (Düsseldorf, 17-19 mars 2019). À cette occasion, des interviews avec les vigneron, vendeurs et spécialistes ont été menées et la documentation sur l'évolution de la communication numérique et interculturelle du vin a été enrichie. Lors de ces événements ont été observés les positionnements des vigneron locaux et internationaux par rapport au marché visé ainsi que les usages des outils numériques par les producteurs en contexte de salon et pour la promotion de leurs produits à l'international. Sur ce dernier point nous remarquons un usage limité et l'absence d'une représentation claire de la place des outils dans la stratégie globale des entreprises. Un manque

de budget et de temps, particulièrement chez les plus petits producteurs, aggrave cette situation.

S'ensuit une réorientation vers des intermédiaires et producteurs réputés et, assez souvent, un bricolage des outils numériques mobilisant des connaissances familiales ou amicales ou fondé sur du bénévolat. La professionnalisation de l'intégration des outils numériques et de leur prise en main n'est donc pas encore très avancée dans ce secteur. En cela le secteur du vin ne diffère pas forcément d'autres secteurs de PME.

La filière vitivinicole du Jura est un exemple pour une communication complexe à l'export car la diversité de la gamme de ce territoire, « à la fois unique et multiple » (CIVJ), est difficile à représenter.

Des déplacements dans le Jura pour rencontrer les interprofessions du vin ont permis la réalisation d'interviews longues et la récolte systématique de la documentation commerciale du secteur. L'analyse est en cours mais des résultats partiels ont pu être communiqués au colloque « Regards croisés sur les transformations des filières et des acteurs de la vigne et du vin » (Reims, 23-25 janvier 2019).

Cette enquête, qui s'est intéressée, à travers quatorze interviews menées principalement auprès des vigneron·nes du Jura et du Comité Interprofessionnel des Vins du Jura (CIVJ), au rôle du CIVJ dans la structuration de la filière, montre que ce territoire mobilise des atouts (filière bio, produits spécifiques pouvant servir de « cheval de proue » comme le vin jaune et le vin de paille) mais rencontre également des difficultés liées à la conquête de nouveaux marchés avec des produits à la typicité forte dans un vignoble complexe (quatre appellations géographiques, cinq cépages dont trois jurassiens) et dont la production n'est par ailleurs pas extensible à l'infini.

Les facteurs historiques liés à la professionnalisation ont forgé ce contexte avec une rotation longue, les contraintes spécifiques du terroir, la complexité de la maîtrise des techniques d'oxydation, et la nécessité de la défense de la typicité du goût des vins du Jura.

Une transformation profonde est néanmoins en cours. Les éléments récents liés à la professionnalisation, le développement de la viticulture biologique et de l'œnotourisme, une quête de qualité, ainsi que l'évolution de la gamme pour répondre aux attentes des

consommateurs font changer le positionnement de la filière. Il est entre autres jugé indispensable de s'adapter aux différences culturelles et de « former » les parties prenantes (intermédiaires, consommateurs) aux vins du Jura (aux arômes spécifiques liés à l'oxydation, aux accords mets/vins, etc.). Néanmoins, les outils numériques trouvent, comme souvent, un usage encore très limité.

Pour ce qui est du terrain inversé, son étude est en cours. Un premier déplacement en Grèce, avec la visite du salon OENOS, à Thessaloniki en mars 2019, a généré une vingtaine d'interviews enregistrées avec les acteurs du domaine (vignerons, commerciaux, associations) pour mieux comprendre les aspirations et stratégies de communication à l'international de ce marché en émergence. Les données indiquent d'ores et déjà quelques similarités entre les secteurs franco-allemands et les stratégies grecques²⁸. La différence est flagrante entre les entreprises de petite taille et les domaines historiques, comme par exemple Ktima Gerovassiliou, très influent depuis 1981 dans les vins grecs du Nord. Ce dernier participe au programme européen « *We venture abroad* », qui cherche à renforcer le profil international des entreprises orientées export²⁹. Gerovassiliou peut se permettre d'expérimenter avec une quarantaine de cépages en anticipant le changement climatique, mobilisant des budgets importants. Ces investissements se traduisent aussi par une stratégie de communication très complète, avec des comptes sur les médias sociaux animés régulièrement.

En général, la recherche d'originalité en communication n'est pas la priorité des domaines. Nous assistons néanmoins à la recherche d'une créativité sans complexe en vinification et à un positionnement communicationnel qui semble traduire le désir des jeunes générations, en particulier, d'intéresser un marché local en évolution malgré (ou à cause de) la crise des dernières années. Très souvent la situation économique a poussé les producteurs, en plein changement générationnel, à une réorientation profonde : ils communiquent autrement

28. Cette analyse fera l'objet de publications ultérieures.

29. Voir en ligne : http://www.antagonistikotita.gr/epanek_en/prokirixeis.asp?id=20&cs=

sur leurs vins, et accordent plus généralement une place importante à une stratégie de communication réfléchie. Tout comme en Bade, les petites entreprises produisent elles-mêmes le *design* de leurs bouteilles et leur *packaging*. Ces aspects sont, pour l'instant, sur le devant de la scène, l'outillage numérique restant une question secondaire, les sites étant créés parfois à l'aide d'amis ou de connaissances (une seule entreprise informatique spécialisée était présente au salon OENOS 2019).

Le projet CIVIN continue ainsi de réunir les fils des enquêtes de terrains proches, lointains et inversés afin de mieux comprendre les mutations des positionnements sur un marché mondialisé et intégrant la communication numérique.

Clémence Andréys

ELLIAD (EA 4661), Université Bourgogne Franche-Comté

Jean-Claude Domenget

ELLIAD (EA 4661), Université Bourgogne Franche-Comté

Carsten Wilhelm

CRESAT (EA 3436), Université de Haute-Alsace

La rhétorique du vin : un assemblage de communication multi-sensoriel

Manger un peu de soupe et boire un peu de vin font fuir maladie et médecin¹.

Introduction

Notre intérêt pour le vin ne date pas d'hier. Il y a deux mille ans, le premier miracle de Jésus fut de transformer l'eau en vin lors d'une fête de noces (Jean 2 : 1-11). Il y a mille ans dans le Nouveau Monde, des « experts » en *marketing* chez les Vikings ont décidé que Terre-Neuve devait s'appeler « Vinland », même si le sens du nom est incertain². Plus récemment, des vigneron·ne·s de nos jours « ont repris la production du Falerne³ », le vin européen le plus connu entre l'époque romaine et le XIX^e siècle, afin de redécouvrir ce vin qui plaisait tant à nos aïeux. Et chez les historien·ne·s, certains voudraient récrire l'histoire du monde au prisme de notre alimentation et de son commerce international, qui a commencé il y a si longtemps⁴, même si cette histoire n'est pas toujours glorieuse. La contrefaçon des champagnes français aux États-Unis était déjà un problème... en 1860⁵. Et plus récemment, les autorités américaines ont découvert que plus d'un million de bouteilles de « pinot noir » contenaient en fait du merlot et du syrah, des cépages moins chers⁶.

-
1. Proverbe français cité dans Françoise Loux et Philippe Richard, « Alimentation et maladie dans les proverbes français : un exemple d'analyse de contenu », *Ethnologie française*, vol. 2, n° 3-4, 1972, p. 267-286, p. 274.
 2. Victor Tanner, « Vinland : les plus anciens rapports de l'homme blanc et du Nouveau Monde », *Annales de géographie*, vol. 58, n° 310, 1949, p. 132-144, p. 134-138.
 3. Michel Bouvier, « Recherches sur les goûts des vins antiques », *PALLAS*, n° 53, 2000, p. 115-133, p. 132.
 4. John Super, « Food and History », *Journal of Social History*, vol. 36, n° 1, 2002, p. 165-178, p. 165.
 5. Voir « Tricks of the Wine Trade », *Scientific American*, vol. 2, n° 6, 1860, p. 87.
 6. Maree Gallagher et Ian Thomas, « Food Fraud : The Deliberate Adulteration and Misdescription of Foodstuffs », *European Food and Feed Law Review*, vol. 5, n° 6, 2010, p. 347-353, p. 351.

L'intérêt pour le vin dépasse les frontières des disciplines académiques. Par exemple, les descriptions du vignoble français entre les xvii^e et xix^e siècles, y compris celles par le philosophe anglais John Locke entre 1675 et 1679, ont fait l'objet d'études assez récentes en géographie⁷. En didactique des langues, une professeure de français américaine utilise la dégustation et la description de l'alimentation française par ses étudiants comme outil pédagogique⁸. Dans les études littéraires, on travaille sur les descriptions des repas et du vin chez Flaubert, notamment dans *Madame Bovary*⁹, chez Gide dans *Les Caves du Vatican*¹⁰, et dans d'autres grandes œuvres, des *Métamorphoses* d'Ovide au *Great Gatsby* de Francis Scott Fitzgerald¹¹. D'ailleurs, John Hollander¹² et Jean-Marie Privat¹³ dessinent une analogie entre la littérature relative au vin et les natures mortes, car ils voient dans les descriptions du vin et des repas une sorte d'*ekphrasis* mettant en relation les mots et les images. Mais on met aussi en relation des mots et des sensations physiques quand on décrit un liquide que l'on boit.

-
7. Voir Raphaël Schirmer, « Le regard des géographes français sur la vigne et le vin (fin du xix^e-xx^e siècle) », *Annales de géographie*, vol. 109, n° 614-615, 2000, p. 345-363 ; et Tim Unwin, « La géographie viticole de la France au xvii^e siècle selon John Locke », *Annales de géographie*, vol. 109, n° 614-615, 2000, p. 395-414.
 8. Voir Becky Brown, « Eating the Culture of France : Making a Larger Lesson out of Food Sampling in Class », *French Review*, vol. 86, n° 4, 2013, p. 699-712.
 9. Voir Anna Igou, « Nothing Consumed : The Dangerous Space of Food in *Madame Bovary* », *French Forum*, vol. 38, n° 1-2, 2013, p. 35-50 ; et Jean-Marie Privat, « "Les salades semblaient peintes" », *Revue d'histoire Littéraire de la France*, vol. 118, n° 2, 2018, p. 331-342.
 10. Christine Latrouitte-Armstrong, « "Allons ! Buvez un coup avant de vous mettre en route" » : la chute de Fleurissoire dans le monde carnivalesque des nourritures terrestres des *Caves* », *Bulletin des Amis d'André Gide*, vol. 47, n° 183-184, 2014, p. 55-65.
 11. Voir John Hollander, « Writing of Food », *Social Research*, vol. 66, n° 1, 1999, p. 97-211.
 12. *Ibid.*, p. 198.
 13. Jean-Marie Privat, art. cit., p. 331.

Les descriptions multi-sensorielles dans la rhétorique du vin

Les descriptions multi-sensorielles se trouvent partout : dans la critique de la musique que l'on écoute, dans la critique gastronomique de la nourriture que l'on goûte et dans les magazines de mode qui parlent des vêtements que l'on voit, que l'on touche et que l'on porte. Cependant, décrire le vin reste un défi car c'est un acte de communication multi-sensorielle. Il faut transformer les sensations physiques en mots, ce qui est subjectif, surtout si l'on prend en considération la polysémie des mots et l'aspect idiosyncrasique de nos sensations physiques. Ainsi, on peut parler d'une « synesthésie » quand on décrit les sensations que le vin provoque¹⁴. Décrire le vin est un acte de communication multi-sensorielle car on doit utiliser ses yeux, son nez et sa bouche (sans compter la main qui tient le verre) quand on boit du vin, puis quand on évoque sa dégustation.

Un critique qui goûte le vin qu'il décrit ensuite a une autre expérience que celle du lecteur qui ne lit que les mots le décrivant avant de le boire. Vu l'importance des évaluations du vin, on essaie depuis longtemps de réduire leur côté subjectif. Adrienne Lehrer¹⁵, par exemple, a analysé des descriptifs de vins en termes de « dimensions » à partir d'une échelle conceptuelle. En général, on peut dire qu'un vin a « trop » d'une qualité négative (comme le *mordant*), « assez » d'une qualité positive (du *fruit* par exemple), ou « pas assez » d'une autre qualité positive (il peut ne pas être assez *doux*). On peut aussi dire d'un vin qu'il sent le cuir ou le caoutchouc brûlé, entre autres¹⁶. En effet, l'idée d'une échelle conceptuelle est très pertinente dans ce domaine de recherche¹⁷, et nous y reviendrons plus tard.

14. Geoffrey Wagner, « Words and Wine », *ETC. A Review of General Semantics*, vol. 36, n° 1, 1979, p. 80-84, p. 82.

15. Voir Adrienne Lehrer, « Talking about Wine », *Language*, vol. 51, n° 4, 1975, p. 901-923.

16. *Ibid.*, p. 906.

17. Michael Silverstein, « Semiotic Vinification and the Scaling of Taste », dans E. Summerson Carr and Michael Lempert (dir.), *Scale : Discourse and Dimensions of Social Life*, Berkeley, University of California Press, 2016, p. 185-212, p. 189.

À qui veut décrire un vin en français, les auteurs du célèbre *Guide Hachette des Vins 2019* offrent un répertoire d'environ 75 mots. Le tableau 1 montre les qualificatifs à utiliser pour la « robe » d'un vin¹⁸.

Vins	Nuances	Intensité	Limpidité
Blancs	jaune, clair, paille, or, ambré	légère, soutenue, intense, foncée, profonde	opaque, louche, voilée cristalline
Rosés	églantine, œil-de-perdrix, saumon, rose, framboise, grenadine		
Rouges	rubis, cerise, pivoine, pourpre, grenat, violet		

Tableau 1. Lexique de la « robe »

Le tableau 2 montre les qualificatifs à utiliser pour la « bouche¹⁹ ».

	Manque/ absence	Équilibre			Excès
Degrés d'acidité	plat, mou	tendre	frais, vif	nerveux	vert, mordant
Degrés de sucrosité	sec	tendre, souple	doux, moelleux	liquoreux	sirupeux, pommadé, lourd
Degrés de puissance alcoolique	pauvre, mince	léger	généreux, vineux	puissant, chaleureux, capiteux	alcooleux, brûlant
Les tanins (vin rouge)	gouleyant, souple	soyeux, velouté, fondu	construit, structuré	charpenté, tannique, solide, viril	rustique, anguleux, grossier, astringent, âpre, séchant, dur, acérbe

Tableau 2. Lexique de la « bouche »

Dans ces deux tableaux, des échelles sont bien mises en place. Dans le tableau 1, par exemple, l'intensité de la robe grandit doucement : *légère* → *soutenue* → *intense* → *foncée* → *profonde*. Quant à

18. *Guide Hachette des Vins 2019*, Vanves, Hachette Livre, 2018, p. 20.

19. *Ibid.*, p. 21.

la limpidité, elle est l'objet d'une gradation également, puisque la robe peut être : *opaque* → *louche* → *voilée* → *cristalline*. Certains de ces quelque 120 mots sont repris à la fin du Guide dans un glossaire de 294 mots²⁰. En essayant d'imposer un lexique, l'objectif est de réduire la subjectivité des descriptions et d'encadrer les auteurs. Hélas, cela reste difficile. Sommes-nous tous d'accord sur la signification de l'adjectif « tendre » ? Comment distinguer entre « soyeux », « velouté » et « fondu » en parlant des tanins ?

Pour voir tout cela de plus près, la première description d'un riesling d'Alsace que l'on puisse lire dans le *Guide Hachette 2019* est la suivante²¹ :

Domaine Agapé, Vendanges Tardives 2015, deux étoiles [20 à 30 €]. Fils de vigneron et ingénieur de formation, Vincent Sipp rejoint l'exploitation familiale avant de créer en 2007 son propre domaine, qu'il baptise Agapé (« amour, amitié » en grec). Situé entre Ribeauvillé et Riquewihr, son vignoble s'étend sur 10 ha, avec des parcelles dans trois grands crus. En conversion bio depuis 2017.

Ce 2015 offre à profusion tous les caractères des vendanges tardives : une robe brillante, d'un jaune d'or soutenu ; des arômes précis, intenses et complexes de surmaturation, entre mangue, miel d'acacia et figue, qui s'épanouissent en bouche ; une matière ample, puissante, onctueuse reflétant une matière concentrée. Avec, de surcroît, cette acidité cristalline propre au riesling, qui met en valeur l'expression aromatique et confère à ce vin de la pureté et une finale acidulée, d'une rare persistance. Déjà agréable, ce liquoreux gagnera en fondu avec le temps.

20. *Ibid.*, p. 1255-1268.

21. *Ibid.*, p. 57.

Et si on s'intéresse aux vins rouges de Givry-en-Bourgogne, on pourra tomber sur une description comme celle-ci²² :

Domaine du Cellier aux Moines, Clos Pascale Monopole 2015, deux étoiles [50 à 75 €]. Fondé en 1130 par les cisterciens, propriété d'une seule famille après la Révolution française, ce domaine classé Monument historique a été acquis et restauré à partir de 2004 par Philippe Pascal, ancien cadre dirigeant chez LVMH, avec son épouse Catherine et leurs trois enfants. En 2007 a eu lieu la première vinification depuis la Révolution, et une cuverie a été inaugurée en 2015. Le vignoble (9 ha, en conversion bio depuis 2015) est constitué des 4,7 ha de pinot noir du Clos du Cellier aux Moines, un des 1^{ers} crus historiques de Givry, complétés par quelques hectares de chardonnay en Côte de Beaune.

Ce vin séduit d'emblée par sa robe pourpre intense, brillante et limpide. Des senteurs puissantes mais élégantes de fruits rouges (groseille, framboise) mêlées de nobles épices introduisant un palais friand, frais et charnu, d'un beau volume, aux tanins fondus. Un excellent givry de garde, généreux et harmonieux, qui frôle le coup de cœur.

On voit bien que le texte principal d'une note dans le *Guide Hachette* relève d'un genre qui a souvent une certaine structure : (1) la biographie du vigneron ou l'histoire du domaine, suivie d'une description (2) de la robe, (3) du nez, (4) de la bouche et (5) de la garde du vin. Un auteur n'a que 150 mots environ pour justifier sa note (2 étoiles par exemple). Dans le texte, l'ordre des étapes (2), (3) et (4) reflète le déroulement d'une dégustation classique²³. Quand l'auteur nous décrit ce riesling d'Alsace, il ou elle parle de sa robe, de son nez et de sa bouche, en utilisant des mots à connotation positive, comme « brillante », « soutenu », « s'épanouir », « ample », « puissante », « cristalline », « pureté », « rare », « persistance » et

22. *Ibid.*, p. 506.

23. Michael Silverstein, art. cit., p. 189.

« agréable ». On retrouve ici plusieurs mots issus des tableaux 1 et 2, mais d'autres mots aussi, ce qui prouve une certaine créativité. Qui plus est, on nous dit que ce vin a des *arômes complexes* même si le sens du mot « complexe » pour des vins est multiple²⁴. Il peut y avoir des phrases informelles ou fragmentées, sans prédicat faute d'espace (« En conversion bio depuis 2017 »), mais le registre semble soutenu, presque poétique.

Dans le cas du givry, l'auteur décrit plus le vigneron et son domaine que son vin. Ce domaine médiéval a été la propriété d'une seule famille pendant des siècles. Apparemment, c'est là un signe de qualité. L'origine sociale du nouveau propriétaire, issu du monde des élites françaises, avec sa femme et ses trois enfants, se veut aussi un indice de qualité. Le pedigree d'un vigneron semble important ici. Mais il peut y avoir une autre raison à la présence de ce type d'informations. Dans leur étude portant sur 1 200 consommateurs italiens, Giuseppe Di Vita et ses collègues²⁵ ont noté une forte préférence pour les vins locaux, sans distinction de qualité. Avoir des informations sur le vigneron et son domaine pourrait nous donner l'illusion de boire un vin local, le vin de quelqu'un que l'on connaît sans le connaître, sans même que la proximité géographique joue un rôle dans cette impression. En ce qui concerne le vin de Givry, l'auteur doit justifier son opinion (deux étoiles) par un lexique dithyrambique issu en grande partie des tableaux 1 et 2 : « séduit », « intense », « brillante », « limpide », « puissantes », « élégantes », « nobles épices », « friand », « frais », « charnu », « beau », « excellent », « généreux » et « harmonieux ». Cela dit, cet auteur ne manque pas de créativité. Quand il ou elle parle de cet « excellent givry de garde », on pourrait voir dans une telle expression des « éléments qui servent à affiner la catégorisation évoquée par le nom²⁶ ». En effet, dire que l'on boit *du* bon vin ou que

24. Charles Spence et Qian Janice Wang, « What Does the Term “Complexity” Mean in the World of Wine ? », *International Journal of Gastronomy and Food Science*, vol. 14, 2018, p. 45-54, p. 51.

25. Giuseppe Di Vita *et al.*, « Picking Out a Wine : Consumer Motivation Behind Different Quality Wines Choice », *Wine Economics and Policy*, vol. 8, n° 1, 2019, p. 16-27, p. 23.

26. Agnès Tutin, « Les collocations lexicales : une relation essentiellement binaire définie par la relation prédicat-argument », *Langages*, n° 189, 2013, p. 47-63, p. 57.

l'on boit *un* bon vin, pourrait être « un cas de conversion du massif au comptable » en grammaire française²⁷. On peut donc parler d'un givry de Givry quand on boit du bon givry. Et quand on voit que ce givry « frôle le coup de cœur » – catégorie réservée aux meilleurs vins dans le *Guide* suite aux dégustations à l'aveugle –, on se retrouve devant une phrase purement métaphorique qui personnifie le vin.

Comme le goût de chacun est singulier, les descriptions varient énormément sur le plan lexical, car chaque évaluation est subjective²⁸. Pour les descriptifs en anglais, Kenneth Haapala²⁹ suggère d'utiliser la célèbre « *Wine Aroma Wheel*^{βo} ». Cet outil a été conçu par Ann C. Noble, professeure d'œnologie à l'Université de Californie à Davis³¹, et se veut rigoureux pour la description du nez d'un vin. Noble offre 12 catégories d'arômes qui forment une base pour 41 sous-catégories, lesquelles mènent à un lexique spécifique de 93 termes (ex. *woody* → *burned* → *coffee*). Le but est de rendre plus objectives les descriptions en anglais des arômes du vin.

Pour les anglophones, le critique de vin le plus connu est sans doute Robert Parker, qui a décrit plus de 180 000 vins pour les abonnés de son bulletin, *The Wine Advocate*³². Dans le numéro d'octobre 2014, Parker donnait ces deux évaluations en anglais, que l'on peut retrouver sur le site web d'un domaine californien :

Odette Estate Winery. 2012 Cabernet Sauvignon Estate, Stags' Leap Napa Valley [96 points] ; 2012 Cabernet Sauvignon Reserve, Stags' Leap Napa Valley [100 points].

27. Georges Kleiber, « Massif/comptable et noms de propriété », *Langue française*, n° 183, 2014, p. 71-86, p. 72.

28. Adrienne Lehrer, « Talking about Wine », *Language*, vol. 51, n° 4, 1975, p. 901-923, p. 920.

29. Kenneth Haapala, « Wine 202 : Adding a Bit of Scientific Rigor to the Art of Understanding and Appreciating Fine Wines », *Journal of the Washington Academy of Sciences*, vol. 90, n° 1, 2004, p. 1-20, p. 15-16.

30. Voir en ligne : www.winearomawheel.com

31. Ann C. Noble *et al.*, « Modification of a Standardized System of Wine Aroma Terminology », *American Journal of Enology and Viticulture*, vol. 38, n° 2, 1987, p. 143-146, p. 143.

32. Karl Storchmann, « Expert Opinion on the Wine Market », *Proceedings of the American Philosophical Society*, vol. 159, n° 2, 2015, p. 129-140, p. 134.

The 2012 Cabernet Sauvignon Estate (75 % Cabernet Sauvignon, 14 % Merlot and 11 % Cabernet Franc) is a near perfect, glorious example of Napa Cabernet Sauvignon from an absolutely magnificent vintage. The scary thing is that 2013 might be not only as good, but better. The color is dense ruby/purple and the wine shows classic crème de cassis notes along with some floral underpinnings, deep raspberry and a touch of minerality. Good crisp acidity provides focus and uplift through this wine's other exuberant and concentrated component parts. This is a stunner, and a classic Stags' Leap Cabernet Sauvignon. Drink over the next 15 or so years.

The 2012 Cabernet Sauvignon Reserve (80 % Cabernet Sauvignon and 20 % Merlot) is off-the-charts, mind-blowing. Absolutely opaque purple color, a stunning nose of lead pencil shavings, spring flowers, blueberry and blackberry liqueur, a full-bodied skyscraper-like textural extravaganza, luxurious ripeness, freshness and fruit. It's a big wine at 15.4 % natural alcohol, but you'd never know that if it weren't on the label, as everything is beautifully married on one harmonious, glorious wine. The wine has an almost endless finish of 45-50 seconds that just hints at its ultimate potential. If you have discipline, put it away for 3-4 years and watch it unfold and develop for at least two decades.

This is one of the new, hot, fashionable and much-watched small estates just off the Silverado Trail in Stags' Leap. My first impressions were exceptional. Of the two Cabernets, one is the reserve and the other their standard offering.

Ce texte a une structure désormais bien reconnaissable dans son genre. Parker (1) indique les cépages et la composition ou l'assemblage du vin, (2) donne son opinion franche, puis décrit (3) la robe, (4) le nez, (5) la bouche et (6) la garde du vin, avant de (7) nous donner des informations sur le domaine. Son registre est moins formel que celui du *Guide Hachette* (voir par exemple « *The scary thing is* », « *put it away* » et « *you* » – pronom de la deuxième personne), signe probablement du fait que l'anglais écrit est en train de devenir moins

formel en général³³. Comme les auteurs du *Guide Hachette*, Parker doit aussi justifier ses opinions (ici, 96/100 et 100/100), faisant usage de plusieurs figures de style, notamment des hyperboles : « *absolutely magnificent* », « *exuberant* », « *off-the-charts* », « *mind-blowing* », « *Stunning* », « *Stunner* », « *almost endless finish* » et « *ultimate potential* ».

Les points de repère jouent un rôle fondamental dans notre compréhension des descriptions³⁴, et l'usage des hyperboles nous aide à nous situer dans ce genre de textes. Parker s'appuie, lui aussi, sur une échelle conceptuelle. Il utilise ainsi un lexique dithyrambique pour le deuxième vin : « *vintage* », « *good* », « *classic* », « *crisp* », « *uplift* », « *luxurious ripeness* », « *freshness* », « *big* », « *beautifully married* », « *harmonious* » et « *glorious* ». En outre, il parle d'un vin qui sent les copeaux de crayon de papier (« *lead pencil shavings* »), d'un vin corsé ayant la texture spectaculaire d'un gratte-ciel (« *a full-bodied skyscraper-like textural extravaganza* »). Ces deux dernières phrases n'ont pas leur place sur la « *Wine Wheel* », mais Parker s'en sert quand même. S'il nous semble logiquement difficile d'attendre uniquement 3-4 ans pour voir comment le deuxième cabernet sauvignon se développera pendant les deux prochaines décennies, on voit que l'objectif de Parker dans ces deux notes de 250 mots est de nous convaincre de boire ces deux vins d'un domaine qui est « *new* », « *hot* », « *fashionable* », « *small* », et « *much-watched* » – tout le contraire d'un vignoble en France qui serait *vieux* et *familial* de préférence, comme le domaine du Cellier aux Moines en Bourgogne, par exemple. En effet, les informations sur les domaines et les vigneron sont importantes. Connaître l'identité d'un producteur de vin a un impact significatif sur nos évaluations du vin³⁵. Concernant ce domaine californien – *Odette Estate Winery* –, son objectif est de nous montrer une évaluation neutre afin de nous persuader que son vin est très bon. Parker et les auteurs du *Guide Hachette* ne partagent pas toujours le même

33. Voir Geoffrey Leech *et al.*, *Change in Contemporary English : A Grammatical Study*, Cambridge, Cambridge University Press, 2014, p. 239-248.

34. Irwin Kirsch et Peter Mosenenthal, « Understanding Definitions, Descriptions, and Comparison/Contrasts », *Journal of Reading*, vol. 35, n° 2, 1991, p. 156-160, p. 160.

35. Giacomo Negro et Ming Leung, « “Actual” and Perceptual Effects of Category Spanning », *Organization Science*, vol. 24, n° 3, 2013, p. 684-696, p. 694.

registre ou vocabulaire, mais ils se servent d'un même genre, et leur rhétorique a le même l'objectif : d'abord justifier l'opinion de l'auteur ; puis aider le consommateur à choisir.

L'échelle conceptuelle du vin

Le défi des descriptions multi-sensorielles vient du fait que les auteurs doivent mettre des mots sur leurs sensations physiques. Quand on doit décrire pour les autres ce que l'on voit, touche, entend, goûte, sent ou ressent, on peut utiliser plusieurs outils à notre disposition. Dans la rhétorique du vin, il y a le genre de la note critique qui – dans sa structure – ressemble plus ou moins à l'expérience d'une dégustation conventionnelle, étape par étape. Chaque vin est singulier, mais chaque vin a une robe, un nez, une bouche, etc., qu'il faut décrire pour un lecteur. Ensuite, il y a le style, le registre, qui peut être soutenu, comme dans le *Guide Hachette*, ou moins formel, comme chez Parker. Si Pierre Bourdieu a parlé des bourgeois et du vin dans *La Distinction*³⁶, il faut noter que certains vins se vendent maintenant sous des noms en décalage total avec l'image bourgeoise du vin : *Fat Bastard*, *Frog's Piss*, *Le Vin de merde*, *Va te faire boire*, *Cuisse de bergère*, *Le Montre-cul*, *Tout bu or not tout bu*, autant de dénominations en rupture avec la rhétorique du vin bourgeois. On y voit l'ironie de producteurs qui ont bien conscience des codes qui règnent dans leur travail, et qui essaient d'élargir leur marché. Tout cela fait partie de l'« *oinoglossia*³⁷ », ou discours du vin, qui a forcément des liens avec la classe sociale des producteurs et consommateurs. En effet, il faut un certain savoir afin de déchiffrer une carte de restaurant, y compris une carte des vins³⁸, et vendre un vin sous un nom parodique ne dévalue pas forcément le produit.

Cela dit, les critiques œnologiques déploient des qualitatifs qui reflètent la présence d'une échelle conceptuelle. Et l'hyperbole trouve

36. Pierre Bourdieu, *La Distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

37. Michael Silverstein, art. cit., p. 187.

38. Wynne Wright et Elizabeth Ransom, « Stratification on the Menu : Using Restaurant Menus to Examine Social Class », *Teaching Sociology*, vol. 33, n° 3, 2005, p. 310-316, p. 313.

ses racines dans l'échelle conceptuelle, car on la fabrique à partir des exemples extrêmes, soit en diminuant l'objet de l'hyperbole (*un vin mince en puissance alcoolique* par exemple), soit en le grandissant (*un vin grossier dans la présence de ses tanins*). Il semble donc logique d'utiliser cet outil dans la rhétorique du vin afin d'essayer de distinguer un vin d'un autre. Un vin hors-pair (« *off-the-charts* ») n'est pas comme les autres. Il en va de même pour les comparaisons poétiques : il faut comparer un vin excellent avec quelque chose d'extrême (« *skyscraper-like* »). On peut, bien sûr, critiquer les notes des critiques – est-ce que ce vin mérite vraiment 2 étoiles ? –, mais l'existence de l'échelle conceptuelle est psychologiquement réelle³⁹. Cette échelle fait surface quand on utilise des métaphores, des hyperboles ou des comparaisons poétiques. En effet, ces figures nous donnent des points de repère nécessaires à la compréhension des descriptions en général⁴⁰.

L'échelle conceptuelle fait aussi surface dans les notations. Parker note les vins sur 100, mettant rarement une note en-dessous de 80 publiquement⁴¹, et beaucoup de critiques anglophones l'ont suivi en utilisant l'échelle sur 100. Mais le *Guide Hachette*⁴² note d'abord sur une échelle de 5, puis transforme les notes en étoiles (5/5 = 3 étoiles ; 4/5 = 2 étoiles ; 3/5 = 1 étoile ; 2/5 = 0 étoile). Les auteurs excluent les vins qui ont eu 0/5 ou 1/5. Afin de publier chaque année un *Guide Hachette* de presque 1 400 pages, plus de 1 500 personnes goûtent à l'aveugle 40 000 vins, mais n'en sont retenus que 10 000, car les auteurs du *Guide* excluent les vins imbuables (sans publier la liste de ces vins, qui représentent malheureusement la majorité de leur corpus œnologique). Quand un lecteur voit d'abord 2 ou 3 étoiles, ou une note de 93/100, il s'attend à une description qui motive la décision du juge. Une fonction de la rhétorique est donc ici de justifier la note du critique. De plus, ces indications aident les consommateurs

39. Alex De Carvalho *et al.*, « Scalar Implicatures : The Psychological Reality of Scales », *Frontiers in Psychology*, vol. 7, 2016, p. 1-9.

40. Irwin Kirsch et Peter Mosenthal, art. cit., p. 160.

41. Michael Silverstein, art. cit., p. 194.

42. *Guide Hachette des Vins 2019*, *op. cit.*, p. 6.

à choisir, et les producteurs à ajuster leurs prix. Plus le rapport qualité-prix est clair, mieux c'est pour le marché du vin⁴³.

L'importance des descriptions multi-sensorielles du vin

Face aux centaines de bouteilles fermées sur les étagères d'un magasin, toute information peut être utile à celui qui doit faire un choix. Les évaluations des vins ont donc des conséquences réelles. La rhétorique du vin n'est pas anodine. Souvent, on ne goûte pas un vin avant de l'acheter en magasin⁴⁴. Comme Cornelia Staub et ses collègues l'expliquent dans leur étude portant sur les consommateurs de vin en Suisse et en Australie⁴⁵, cela nous oblige souvent à utiliser d'autres indices pour choisir un vin. Son statut (bio par exemple), sa provenance, son bouchon (liège contre métal), son étiquette, son prix, ou d'autres d'informations comme les évaluations des critiques, prennent beaucoup d'importance dans cette situation. Comme les étiquettes sur les bouteilles ne peuvent pas contenir toutes les informations que peuvent demander les consommateurs, nombre d'entre eux voudraient avoir accès à plus d'informations, notamment sur les domaines et les évaluations des critiques⁴⁶ – c'est-à-dire aux informations que l'on trouve dans les guides.

Les mots ont aussi un rôle déterminant en *marketing* alimentaire ou viticole. La presse gastronomique, par exemple, aime à mettre en valeur un plat qui est « authentique » ou « exotique⁴⁷ ». Les acteurs du commerce « bio » sont de leur côté préoccupés par la « traçabili-

43. Greta Hsu *et al.*, « Evaluative Schemas and the Mediating Role of Critics », *Organization Science*, vol. 23, n° 1, 2012, p. 83-97, p. 86.

44. Giuseppe Di Vita *et al.*, art. cit., p. 16.

45. Cornelia Staub *et al.*, « How Do You Perceive This Wine ? Comparing Naturalness Perceptions of Swiss and Australian Consumers », *Food Quality and Preference*, vol. 78, 2019, p. 23.

46. Evelyn Pabst, Gergely Szolnoki et Simone Mueller Loose, « The Effects of Mandatory Ingredient and Nutrition Labelling for Wine Consumers – A Qualitative Study », *Wine Economics and Policy*, vol. 8, n° 1, 2019, p. 5-15, p. 13.

47. Josée Johnston et Shyon Baumann, « Democracy versus Distinction : A Study of Omnivorosity in Gourmet Food Writing », *American Journal of Sociology*, vol. 113, n° 1, 2007, p. 165-204, p. 185.

té » des produits de leurs fournisseurs, car celle-ci est un moyen de protéger leurs prix⁴⁸. Les deux vigneronnes que nous avons vues encensées par le *Guide Hachette* plus haut sont « en conversion bio » depuis quelques années. C'est une information importante aujourd'hui, surtout en Europe⁴⁹.

Plusieurs études ont mesuré l'impact de cette rhétorique du vin. En Australie, Lukas Danner et ses collègues⁵⁰ ont établi que le fait de lire des descriptions des vins et des vigneronnes a une influence sur nos expériences et le prix que nous sommes disposés à payer. Plus l'expérience d'une dégustation correspond aux espérances et aux informations reçues en amont, plus on serait prêt à dépenser pour un vin⁵¹. Par ailleurs, plus une description est riche en détails, plus nos descriptions de nos propres expériences lors des dégustations vont confirmer les informations que nous avons eues en amont⁵² ; et un vin qui dépasse – ou qui ne satisfait pas – nos espérances provoque des émotions qui motivent nos évaluations positives ou négatives du produit⁵³. En fait, l'information concernant un vin peut être même plus importante que son goût. Dans une étude menée en France, Sébastien Lecoq et ses collaborateurs⁵⁴ ont montré que si l'on apprend que des experts ont une bonne opinion d'un vin de Bordeaux ou de Bourgogne, on est prêt à payer plus cher pour ce vin, même quand on lui a préalablement attribué une mauvaise note lors d'une

48. Helena Lindh et Annika Olsson, « Communicating Imperceptible Product Attributes through Traceability : A Case Study in an Organic Food Supply Chain », *Renewable Agriculture and Food Systems*, vol. 25, n° 4, 2010, p. 263-271, p. 270.

49. Voir Cornelia Staub *et al.*, art. cit.

50. Lukas Danner *et al.*, « "I Like the Sound of That !" Wine Descriptions Influence Consumers' Expectations, Liking, Emotions and Willingness to Pay for Australian White Wines », *Food Research International*, vol. 99, n° 1, 2017, p. 263-274, p. 266.

51. *Ibid.*, p. 272.

52. *Ibid.*, p. 266.

53. Jun Niimi, Lukas Danner et Susan E. P. Bastian, « Wine Leads Us by our Heart not Our Head : Emotions and the Wine Consumer », *Current Opinion in Food Science*, vol. 27, 2019, p. 23-28, p. 25.

54. Voir Sébastien Lecoq *et al.*, « The Impact of Information on Wine Auction Prices : Results of an Experiment », *Annales d'économie et de statistique*, n° 77, 2005, p. 37-57.

dégustation à l'aveugle⁵⁵. Les descriptions des vins peuvent donc avoir des conséquences sur nos expériences lors des dégustations, sur notre opinion sur les vins (même après coup) et sur nos portefeuilles.

Pourquoi la rhétorique du vin a-t-elle de telles conséquences ? La plupart du temps, on fait confiance aux experts. Bien entendu, il y a des différences entre les experts en œnologie et le consommateur ordinaire. Par exemple, au cours d'expériences psychologiques, Gregg Solomon⁵⁶ a pu constater que les experts comprennent mieux que les novices quelle description correspond à quel vin quand ils doivent associer des vins qu'ils ont goûtés à l'aveugle et des descriptions qu'ils ont lues par la suite. Les experts ont aussi un vocabulaire plus riche quand ils décrivent le vin car ils prennent en compte plusieurs dimensions ; or les novices, en général, parlent uniquement de deux dimensions : le sucre et l'acidité⁵⁷. Dans une autre étude⁵⁸, Solomon a noté que les experts arrivent mieux à classer les vins que les novices car ils comprennent les liens de cause à effet qui expliquent pourquoi tel vin a telle qualité. Ils connaissent notamment les caractéristiques de plusieurs types de raisin, ils ont plus d'expérience en matière de dégustations, et leur compréhension des catégories viticoles est plus riche que celle des novices car ils en ont besoin dans leur travail d'experts⁵⁹. Les novices, heureusement, peuvent améliorer leur savoir et leur vocabulaire avec plus d'expérience et d'instruction dans ce domaine⁶⁰. Cependant, un autre facteur pourrait être la puissance du sens olfactif, que des études neuroscientifiques prennent très au sérieux⁶¹.

55. *Ibid.*, p. 50-51.

56. Voir Gregg Solomon, « Psychology of Novice and Expert Wine Talk », *American Journal of Psychology*, vol. 103, n° 4, 1990, p. 495-517.

57. *Ibid.*, p. 511-512.

58. Voir Gregg Solomon, « Conceptual Change and Wine Expertise », *Journal of the Learning Sciences*, vol. 6, n° 1, 1997, p. 41-60.

59. *Ibid.*, p. 54-55.

60. Kathryn Latour et Michael Latour, « Bridging Aficionados' Perceptual and Conceptual Knowledge to Enhance How They Learn from Experience », *Journal of Consumer Research*, vol. 37, n° 4, 2010, p. 688-697, p. 695.

61. Voir Anna Menini (dir.), *The Neurobiology of Olfaction*, Boca Raton, CRC Press, 2010.

Conclusion

Comme nous l'avons vu dans cette brève étude, le vin dépasse facilement les frontières des disciplines académiques. On l'étudie en œnologie, en *marketing*, en gestion, en commerce, en géographie, en psychologie, en sociologie, en anthropologie, dans les études littéraires, ou encore en linguistique. Dans la perspective rhétorique qui nous intéressait, nous avons pu observer que le genre de la note critique a une certaine structure, reconnaissable par son déroulement rapide. Un auteur a environ 150 mots pour décrire le vigneron et son domaine, puis la robe, le nez, la bouche, et enfin la meilleure période de consommation du vin. Ainsi, l'auteur partage son opinion et la justifie. Ces informations sont importantes pour les clients, mais aussi pour les vignerons quand ils doivent fixer leurs prix. Le fait d'être exclu du *Guide Hachette* envoie un signal aux vignerons qui, volontairement, ont transmis leurs meilleures bouteilles à la maison d'édition pour dégustation. Ils apprennent *via* l'exclusion que leur vin n'a pas obtenu au moins une note de 2/5, ce qui est une information importante dans un marché si concurrentiel au niveau mondial.

La rhétorique du vin est un assemblage de genres et de styles. À partir de quelques exemples de notes critiques en français et en anglais, nous avons constaté que les auteurs des textes relevant de ce genre assez rigide utilisent des métaphores, des comparaisons poétiques, des hyperboles, et un lexique créatif allant au-delà des tableaux 1 et 2 ou de la « *Wine Aroma Wheel* ». Cela est sans doute nécessaire face au défi que représente la description multi-sensorielle d'un vin ou d'une série de vins. En outre, ces figures de style reflètent l'usage d'une échelle conceptuelle, car distinguer, c'est catégoriser. Cependant, pour pouvoir tirer des conclusions plus solides, il faudrait étoffer le corpus et utiliser plus d'outils d'analyse, comme le font à l'Université de Bourgogne les doctorants du Professeur Laurent Gautier. Qui plus est, il faudrait mieux comprendre comment on produit un guide des vins et les questions de déontologie que cette activité soulève.

Pour conclure, nous espérons que cette étude sur la rhétorique du vin a au moins montré que « le vin n'est pas seulement philtre... »,

comme Roland Barthes le disait en 1960⁶². Après l' « *oinoglossia*⁶³ » qu'étudie Michael Silverstein ou la « propagande viticole⁶⁴ » qu'analyse Gilles Laferté, et dont font partie les fêtes folkloriques en Bourgogne, il convient d'étudier également la rhétorique du vin. Tant qu'il y aura du vin, il y aura des descriptions multi-sensorielles le concernant, et donc une rhétorique à analyser.

Craig Hamilton

ILLE (UR 4363), Université de Haute-Alsace

62. Cité en anglais par Martin Bruegel, « From the Crisis of Food to Food in Crisis », *Gastronomica*, vol. 11, n° 3, 2011, p. 40-52, p. 42.

63. Michael Silverstein, art. cit., p. 187.

64. Gilles Laferté, « La mise en folklore des vins de Bourgogne : la “Paulée” de Meursault », *Ethnologie française*, vol. 33, n° 3, 2003, p. 435-442, p. 440.

Vin, civilisation et langage entre Alsace et Champagne

Vin et civilisation

Aussi loin que l'on puisse remonter aux sources de l'histoire humaine, on constate que la découverte du mystère de la transformation du raisin en vin se confond avec l'origine de la civilisation...

Ainsi les traces les plus anciennes de la production de vin connues à ce jour se trouvent-elles en Iran, sur les pentes du Mont Zagros, et elles ont 8 000 ans (elles se présentent sous la forme d'une petite amphore pansue). C'est dire également que la découverte de la vinification précède de 2 000 ou 3 000 ans celle de la première écriture, l'écriture cunéiforme mise au point par les Mésopotamiens.

Le miracle semble donc bien s'être produit dans le célèbre Croissant fertile baigné par le Tigre et l'Euphrate. On est évidemment tenté d'en déduire – et nous n'hésitons pas un instant à le faire – que le vin est pourvu d'une vertu civilisatrice qui lui a permis, non seulement de pacifier les relations entre les hommes, mais aussi de catalyser l'essor du monde civilisé...

Plus près de nous, de grands esprits ne disaient pas autre chose. Citons-en quelques-uns. À Léonard de Vinci, on attribue cette sentence : « Chez nous, les hommes devraient naître plus heureux et plus joyeux qu'ailleurs, car je crois que le bonheur vient aux hommes qui naissent là où l'on trouve le bon vin. »

Paul Claudel n'est pas en reste : « Le vin est fils du soleil et de la terre. Mais il a eu le Travail comme accoucheur¹... » Le vin est le véhicule d'une triple communion : avec la terre maternelle, où il enfonce ses racines ; avec nous-mêmes – le vin est professeur de goût, et, en nous formant à la pratique de l'attention intérieure, il est le libérateur de l'esprit et l'illuminateur de l'intelligence ; enfin, le vin est le symbole et le moyen de la communication sociale...

1. Paul Claudel, « Discours prononcé lors de l'inauguration de la Foire Internationale de Bruxelles, le 2 mai 1935 », dans *Proses et poésies diverses*, Paris, Gallimard, 1987, p. 125.

Mais celui qui a certainement le mieux décrit le rôle social du vin est Grimod de La Reynière, qui fonda *L'Almanach des gourmands* au tournant des XVIII^e et XIX^e siècles :

Le meilleur repas sans vin est comme un bal sans orchestre, comme un comédien sans maquillage, ou comme un apothicaire sans quinquina. Les premiers services de tout dîner sont en général silencieux, moins encore parce qu'on s'occupe de garnir son estomac que parce que les cordes du cerveau n'ont pas encore été tendues par des libations généreuses. Chacun s'observe et raisonne ses morceaux en silence ; mais dès que les vins fins ont commencé à couler dans les verres, et même avant que le vin de Champagne ait fait sauter le bouchon qui le retenait captif, tous les cœurs s'ouvrent à la confiance, à l'hilarité ; chacun perd sa gravité, votre voisin de table, qui était jusqu'alors un inconnu, devient soudain votre ami ; les doux propos, les joyeuses réparties, les épanchements tendres annoncent la présence de l'aimable fils de Zeus et de Sémélé².

Enfin, on ne peut oublier le grand Louis Pasteur, pour qui – dit la légende – il y avait plus de philosophie dans une bouteille de vin que dans tous les livres !

Toutes ces citations confirment l'intérêt d'une étude sur l'évolution du discours sur le vin, particulièrement en France, car il existe une véritable osmose entre le vin dans ses diverses expressions et notre pays. Pourquoi le fameux concept d'Appellation d'Origine Contrôlée a-t-il vu le jour en France, et plus précisément dans sa filière viticole ? Tout simplement parce notre pays est un véritable condensé de l'Europe, et que si l'on croise la variété de ses climats, la complexité de sa géologie et la richesse de sa topographie, on trouve une multitude de terroirs capables d'imprimer leur personnalité sur les produits de la vigne, générant ainsi une variété de vins qui ont une âme et qui font la fierté de chacune de nos régions.

2. *Almanach des gourmands, ou calendrier nutritif, servant de guide dans les moyens de faire excellente chère*, vol. 2, Paris, Chaumerot, 1805, p. 180.

C'est assurément Colette qui a le mieux perçu cette singularité des vins français, qui sont des produits *vivants*. Voici ce qu'elle écrivait dans *Prisons et paradis* :

La vigne et le vin sont de grands mystères. Seule dans le règne végétal, la vigne nous rend intelligible ce qu'est la véritable saveur de la terre. Quelle fidélité dans la traduction ! Elle ressent, exprime par la grappe les secrets du sol. Le silex, par elle, nous fait connaître qu'il est vivant, fusible, nourricier. La craie ingrate pleure, en vin, des larmes d'or³.

Voltaire, déjà, célébrait les vignobles de ce qui est maintenant la région Grand Est, et faisait du vin effervescent une image de ceux qui le font et qui le consomment :

Chloris, Eglé, me versent de leurs mains
D'un vin d'Ay dont la mousse pressée
De la bouteille avec force élançée,
Comme un éclair fait voler son bouchon
Il part, on rit, il frappe le plafond,
De ce vin frais l'écume pétillante,
De nos Français est l'image brillante⁴.

Pour nombre d'écrivains et d'artistes, le vin, c'est la vie. *In vino vita*, telle est la leçon de ce poème de Baudelaire :

Un soir, l'âme du vin chantait dans les bouteilles :
« Homme, vers toi je pousse, ô cher déshérité,
Sous ma prison de verre et mes cires vermeilles,
Un chant plein de lumière et de fraternité ! [...]

J'allumerai les yeux de ta femme ravie ;
À ton fils je rendrai sa force et ses couleurs

3. Colette, *Prisons et paradis* [1932], Paris, Fayard, « Le Livre de poche », 2004, p. 49

4. Voltaire, *Œuvres complètes*, vol. 10, Paris, Garnier, 1877, p. 87.

Et serai pour ce frêle athlète de la vie
L'huile qui raffermirait les muscles des lutteurs.

En toi je tomberai, végétale ambroisie,
Grain précieux jeté par l'éternel Semeur,
Pour que de notre amour naisse la poésie
Qui jaillira vers Dieu comme une rare fleur⁵ ! »

Bien entendu, à côté de ces discours « poétiques » sur le vin se développent des discours plus techniques et plus descriptifs – ceux des œnologues et des sommeliers notamment. Ainsi est-il de bon ton de rechercher dans un vin :

- ses arômes primaires, qui sont ceux du fruit (comme par exemple la rose dans le Gewurztraminer ou le citron dans le Riesling...) ;
- ses arômes secondaires, qui sont ceux de la fermentation (le caractère brioché ou fumé d'un pinot...) ;
- ses arômes tertiaires, qui sont ceux du vieillissement (arômes vanillés ou grillés apportés par le vieillissement en barriques de chêne, ou encore arômes de venaison ou de cire des vieux Châteauneuf-du-Pape, ou « rancios » des vieux Banyuls...)

Le problème avec les discours de ce type, c'est qu'ils font bien sûr le bonheur des clubs de dégustation, c'est-à-dire des « initiés », mais qu'ils ont tendance à inhiber et donc à faire fuir les « profanes », qui se sentent ignorants...

Présentation comparée des vins d'Alsace et de Champagne

Le snobisme constitue donc un péril. Mais cela ne nous empêche pas d'avoir une approche documentée des vins et de leur histoire – à condition que cette approche ne soit pas exclusive. Nous aimerions

5. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. I, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1975, p. 169.

donc à présent proposer une présentation comparée des vins d'Alsace et de Champagne, qui constituent l'objet d'étude privilégié des contributeurs de ce volume.

Il convient d'abord de rappeler que la culture de la vigne a été diffusée dans toute la Gaule par les Romains. Mais pas n'importe où ! Ceux-ci savaient déjà que les meilleurs vins étaient produits sur les coteaux. C'est la raison pour laquelle cette culture s'est surtout développée sur les pentes des vallées, c'est-à-dire à proximité des cours d'eau. Mais pas n'importe quels cours d'eau... C'est là qu'intervient un second facteur très important à prendre en compte, et qu'a fort bien décrit Roger Dion dans son histoire des vins de France⁶. Il a noté que pour assurer la rentabilité économique des vignobles, il fallait en effet réunir deux conditions essentielles :

- la capacité de produire des vins de qualité ;
- la faculté de les écouler au loin.

Or, durant des siècles et jusqu'à l'avènement des chemins de fer, le moyen le moins onéreux de transporter le vin vers les centres de consommation était la voie fluviale. Roger Dion constate ainsi que la Champagne berrichonne, qui possède pourtant des terroirs fort appropriés, n'a jamais porté de vignobles, tout simplement parce qu'elle n'a jamais eu de voie navigable à sa disposition !

Mais venons-en maintenant au sujet qui nous préoccupe : l'étude comparée des vins d'Alsace et de Champagne.

Ces deux vignobles très anciens et très différents ont longtemps vécu isolés l'un par rapport à l'autre, même s'ils sont aujourd'hui réunis dans la région Grand Est. Le premier est en effet parfaitement inféodé au bassin de la Seine, tandis que le second l'est à celui du Rhin.

6. Voir Roger Dion, *Histoire de la vigne et du vin en France, des origines au XIX^e siècle*, Paris, CNRS éditions, 2010.

Champagne

Durant des siècles, le vignoble champenois s'est contenté de produire des vins rouges ou blancs, plutôt légers et acides, qui empruntaient les vallées de la Seine, de l'Aube ou de la Marne pour étancher la soif des gosiers parisiens...

Puis, vers la fin du XVII^e siècle, on apprit à domestiquer la deuxième fermentation en bouteilles pour donner ce qui deviendra par la suite le célèbre vin de Champagne, dont la réputation ne s'est véritablement affirmée que sous le règne de Louis XV. On pensera ici à un tableau très éloquent, *Le Déjeuner d'huitres* (1735), peint par Jean-François de Troy et visible au château de Chantilly dans la collection du duc d'Aumale.

Il faut rappeler que le vignoble de Champagne se situe à la limite de la culture de la vigne, un peu plus au nord que l'Alsace, et dans des conditions de climat bien plus rudes, même si le réchauffement actuel limite le risque de petits millésimes...

C'est la raison pour laquelle les vins blancs tranquilles de cette région ne jouissaient pas d'une grande réputation. Et c'est donc la magie de la seconde fermentation qui les a en quelque sorte anoblis en leur conférant l'élégance et la distinction que l'on connaît aujourd'hui.

Un point commun qu'ont la Champagne et l'Alsace, c'est par ailleurs leur lien avec l'Allemagne. En effet, les premières Maisons de Champagne se sont vraiment développées durant la première moitié du XIX^e siècle, et contrairement à ce qu'on peut penser, cela n'a rien à voir avec l'épopée napoléonienne, même si, pour avoir goûté le produit lors de l'occupation de 1815, les armées russes sont demeurées parmi les plus gros clients jusqu'à la révolution d'Octobre un siècle plus tard. Non, ces grandes maisons se sont développées grâce à l'effort d'investissement d'entrepreneurs clairvoyants de Reims et d'Épernay.

Il faut se replacer dans le contexte historique : on produisait des raisins beaucoup moins variés qu'en Alsace (il n'y avait que les cépages pinot ou chardonnay et que des terroirs crayeux ou argilo-calcaires, établis principalement dans la Marne, mais aussi dans

l'Aube ou l'Aisne, beaucoup plus éloignées des centres de vinification). Il y avait donc des coûts élevés :

- les coûts de transport ;
- les coûts de percement des caves ou d'aménagement d'anciennes carrières ;
- et surtout les coûts de transformation du produit, car la mécanisation n'existait pas encore, et tout devait se faire à la main, d'où le terme de « manipulant » pour désigner le métier : chaque bouteille devait être manipulée au moins quarante fois, principalement pour en extraire le dépôt avant commercialisation.

Ces entrepreneurs n'avaient pas d'autre solution que de vendre très cher leurs produits et donc de se positionner sur ce qu'on appellerait aujourd'hui le marché du luxe. Mais comme les couches les plus aisées de la population (aristocratie et grande bourgeoisie) représentaient un marché limité, il fallait partir d'emblée à la conquête de l'Europe. C'est ce qui conduisit ces entrepreneurs à faire appel à des voyageurs de commerce allemands, qui étaient les mieux placés pour démarcher les acheteurs potentiels dans toute la *Mitteleuropa* germanophone, et même jusqu'en Russie. Ce qui devait arriver arriva : ils prirent de l'importance dans ces grandes maisons, ils épousèrent parfois les héritières, et d'autres fois fondèrent purement et simplement leurs propres maisons. C'est l'origine des maisons bien connues que sont les Krug, Bollinger, Roederer, Mumm, Heidsieck, Piper, Taittinger, sans oublier Deutz-Geldermann, cette dernière ayant été un trait d'union entre la France et l'Allemagne en produisant du champagne à Reims et du *Sekt* à Breisach... Ce n'est que récemment que cette société s'est divisée pour donner Deutz en Champagne et Geldermann dans le pays de Bade.

Depuis 150 ans, la Champagne a développé une filière prospère et doit aujourd'hui comme hier cette prospérité à la synergie parfaite existant entre l'unité de l'Appellation d'Origine Contrôlée d'un côté, et la célébrité de ses grandes marques de l'autre.

Alsace

Le vignoble d'Alsace, lui, est établi sous des cieux plus cléments. Il forme une bande étroite, qui serpente sur le piémont oriental de la montagne vosgienne. À cet endroit précis se conjuguent trois facteurs qui expliquent la singularité des vins d'Alsace :

- la diversité des sols, qui résulte de l'effondrement du fossé rhénan, lequel a laissé sur sa bordure une mosaïque de sols qui balayent toute l'histoire géologique de la planète et qui vont de l'ère primaire (socle granitique ou schisteux) jusqu'à l'ère quaternaire (graves déposés par les torrents ou les glaciers) en passant par les marnes, calcaires ou grès apportés par la sédimentation marine – cette complexité du substrat géologique expliquant la diversité des cépages utilisés (cépages tardifs comme le Riesling, que l'on privilégie sur les sols légers, ou au contraire cépages précoces comme le Gewurztraminer, que l'on privilégie sur les sols plus lourds) ;
- un climat abrité des influences océaniques par la présence de la barrière vosgienne, qui limite les précipitations atmosphériques, renforçant ainsi l'ensoleillement, et qui amplifie le caractère continental du climat marqué par des été chauds et des hivers froids ;
- un automne clément, qui se caractérise par une alternance de journées ensoleillées et de nuits fraîches, ce qui limite la respiration cellulaire et préserve le potentiel aromatique des baies.

Tout ceci explique pourquoi le cépage prend une telle importance dans la présentation des vins d'Alsace : ils n'ont besoin de nul artifice (ni deuxième fermentation – à l'exception des crémants d'Alsace –, ni vieillissement en fût de chêne) pour donner de grands vins blancs tranquilles. Ils associent en fait deux qualités partout ailleurs exclusives l'une de l'autre : la maturité et l'intensité aromatique.

En outre, ce vignoble eut la chance de vivre 700 ans de stabilité dans le cadre du Saint-Empire romain germanique : c'était à la fois le vignoble le plus occidental et le plus méridional de l'Empire, avec à

sa disposition le Rhin, qui constituait la principale voie de communication au Moyen-Âge. Qui plus est, ce fleuve s'écoulant vers le nord, il s'enfonçait dans des régions plus froides dans lesquelles la vigne n'avait plus droit de cité et où le vin d'Alsace ne pouvait rencontrer aucune concurrence...

Il en résulta un commerce très florissant. On sait par exemple qu'en l'an 1380 s'échangèrent environ 100 000 hectolitres de vins d'Alsace dans le seul port de Cologne (les vins d'Alsace étaient transbordés là de leurs bateaux fluviaux sur des vaisseaux maritimes qui descendaient ensuite le fleuve pour commercer avec les Pays-Bas ou l'Angleterre, tandis qu'une autre partie suivait le cours des canaux pour aller à Hambourg et alimenter là les vaisseaux mettant le cap sur la Scandinavie).

Ce commerce apporta une richesse inouïe à la région, richesse que l'on peut contempler encore aujourd'hui dans le patrimoine bâti des villes et des villages, et qui fait de la route des vins d'Alsace la route des vins la plus fréquentée du monde avec 5 ou 6 millions de visiteurs. Et ce qui est remarquable, c'est qu'aujourd'hui, les pays qui bordent le Rhin demeurent les premiers marchés extérieurs de ce vignoble.

Pour terminer, il faut bien sûr évoquer les vicissitudes politiques qui ont fait basculer à plusieurs reprises l'Alsace d'un pays à l'autre, et qui ont évidemment retardé la mise en place du cadre réglementaire des AOC régionales. Mais les Alsaciens se sont attachés à combler ce retard et à hisser le vignoble d'Alsace dans le cénacle des plus beaux vignobles de France.

Conclusion

En conclusion, on peut dire que le champagne, avec son élégante colonne de bulles fines et sa mousse légère, est en quelque sorte un feu d'artifice domestique. En outre, son positionnement dès l'origine dans l'univers des produits de luxe les plus raffinés en a fait un produit incontournable pour rehausser les moments de fête et de célébration des grands événements publics ou privés (imagine-t-on le lancement d'un nouveau paquebot sans le cérémonial du baptême au

champagne ?) On prête à Napoléon et à Churchill la même saillie : « Je ne pourrais pas vivre sans champagne : dans la victoire je le mérite, dans la défaite j'en ai besoin ». Le vin de Champagne est à l'évidence un élément indispensable à la convivialité. Il ne peut conserver ce statut privilégié qu'à condition que continuent de cohabiter dans l'appellation les vins des producteurs et ceux des grandes marques diffusées universellement.

L'Alsace a, de son côté, choisi de séduire d'une autre manière le consommateur : du fait de leur qualité et de la complexité de leur gamme, les vins d'Alsace ont la faculté rare de s'accorder avec toutes les cuisines du monde. Quoi de meilleur qu'un riesling racé sur un poisson, ou qu'un gewurztraminer sur un plat asiatique sucré-salé ? Sans conteste, les vins d'Alsace figurent parmi les étoiles et les catalyseurs de la gastronomie, qui se caractérise par la recherche permanente de la meilleure association entre un mets et un vin !

Car n'oublions jamais que du vin sans cuisine, ce n'est que du vin ; que de la cuisine sans vin, ce n'est que de la cuisine ; mais que de la cuisine et du vin, c'est de la gastronomie. Et pour achever ce propos, donnons la parole à Brillat-Savarin, qui déclarait dans sa *Physiologie du goût* : « la découverte d'un nouveau mets fait plus pour le bonheur de l'humanité que la découverte d'une nouvelle étoile⁷. »

Jean-Louis Vézien

Ancien Délégué national de l'Institut National des Appellations d'Origine
Ancien Directeur du Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace

7. Jean Anthelme Brillat-Savarin, *Physiologie du goût, ou Méditations de gastronomie transcendante. Ouvrage théorique, historique, et à l'ordre du jour dédié aux gastronomes parisiens*, Paris, Charpentier, 1865, p. 2.

Quatrième partie
**Du vin en
littérature**

Le vin au féminin : Henriette de Coligny, comtesse de La Suze (1623-1673)

Ensuite on dîna. On fit briller le vin de Saint-Laurent et, en basse note entre M., Mme de Chaulnes, le petit évêque de Vannes et moi, votre santé fut bue, et celle de M. de Grignan, gouverneur de ce nectar admirable¹.

Entourée d'amis chers, Mme de Sévigné boit d'autant plus volontiers à la santé de sa fille que le vin qu'elle apprécie est produit en Provence, sur une terre qui appartient à son gendre². Ce « nectar admirable », elle l'évoque dans une lettre à Mme de Grignan, qui relève donc de la sphère privée. Dans la société mondaine au XVII^e siècle, autour d'une bonne table, les femmes boivent certes du vin, mais sa célébration publique demeure une affaire d'hommes. En témoigne l'air à boire, alors très en vogue : il est masculin par les auteurs des textes et leur contenu. Écrire au féminin des paroles qui chantent le vin est donc une audace, qu'Henriette de Coligny s'est permise. Et autre audace de la poétesse : elle a accepté la dédicace d'un livre d'airs à boire. C'est dans cette double hardiesse que nous la suivrons, non sans avoir auparavant pris un peu la mesure de l'engouement que suscitaient les airs bachiques.

Signe de cet engouement, la publication de tels airs. L'édition musicale était alors aux mains de la maison Ballard, qui par des privilèges royaux avait acquis une situation de monopole. Imprimeurs du roi pour la musique, les membres de la dynastie se succédèrent de père en fils tout au long du XVII^e siècle et au-delà³. Attentif au

-
1. Mme de Sévigné, *Correspondance*, t. III, édition de Roger Duchêne, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1978, p. 655 (lettre du 30 juillet 1689). Sur M. de Chaulnes et son épouse, grands amis de Mme de Sévigné, voir t. I, 1972, p. 1103 (note 1 de la p. 271). – François d'Argouès fut évêque de Vannes de 1687 à sa mort (1716).
 2. Voir *ibid.*, p. 1250 (note 2 de la p. 460).
 3. Sur le succès grandissant des airs à boire à partir des années 1620, voir Georgie Durosoir, *L'Air de cour en France. 1571-1655*, Liège, Mardaga, 1991, p. 206-211. Sur les Ballard et leurs publications, voir Laurent Guillo, *Pierre I Ballard et Robert III Ballard. Imprimeurs du roy pour la musique (1599-1673)*, Sprimont, Mardaga, 2003. Voir aussi les notices de l'auteur sur la base Philidor du CMBV.

goût du public et soucieux de ses affaires, Pierre Ballard fit paraître en 1627 un *Recueil de chansons pour dancier et pour boire*, puis la même année le *II. Livre de chansons*⁴. C'étaient les premiers d'une série. À la mort de l'imprimeur en 1639, douze volumes avaient déjà été publiés. Son fils Robert prit la relève. Les pièces de ces recueils d'« airs de table » – expression que l'on employait alors quand se mêlaient airs à danser et à boire – étaient anonymes tant pour les textes que pour les musiques. Mais les Ballard imprimèrent aussi des livres d'airs d'un seul musicien. Ainsi les cinq volumes de chansons à danser et à boire de François de Chancy, qui se suivirent de 1639 à 1655, donc jusqu'à la mort du compositeur survenue en 1656⁵. Autre exemple : en 1643, fut mis en vente le recueil *L'Elite des libertez d'André de Rosiers, sieur de Beaulieu*. En 1672, parut le seizième et dernier livre des *Libertez*, entièrement composé d'airs bachiques comme l'avaient été les précédents, soit au total plus de six cents airs⁶. Et dernier exemple bien plus tardif : de 1691 à 1698 sortirent des presses de Christophe Ballard, fils de Robert, les six *Recueils d'airs sérieux et à boire* de Sébastien de Brossard, alors vicaire et maître de chapelle à la cathédrale de Strasbourg.

Le monopole des Ballard pesait à certains musiciens. Ils réussirent à l'écorner dans la seconde moitié du siècle en faisant appel à la gravure, technique déjà employée dans d'autres pays dont l'Italie. Les graveurs bénéficiaient en effet d'une totale liberté dans l'exercice de leur métier, liberté rappelée par un arrêt du Conseil d'État du Roi le

-
4. Quand nous citons un texte, en prose ou en vers, d'après une édition ancienne, nous conservons l'orthographe originale, sans aucune modification. Pour la transcription des titres, qui est plus délicate vu la manière dont ils se présentent (parties totalement imprimées en majuscules souvent non accentuées, parties en minuscules avec des majuscules à l'initiale de certains mots), nous conservons aussi globalement la graphie d'origine, par exemple « dancier », mais nous avons appliqué les normes actuelles dans l'emploi des majuscules, accentué les voyelles et la préposition à quand elles ne l'étaient pas. De plus, nous avons fait les distinctions i/j et u/v, qui ne s'imposèrent que progressivement dans l'imprimerie : par exemple, *liure* est transcrit *livre* et *RÉCVEIL*, *Recueil*.
 5. Le premier recueil s'intitule *Les Équivoques du sieur de Chancy*, le second *II. Livre des Équivoques*, puis viennent *III. Livre des chansons du sieur de Chancy*, *IV. Livre et V. Livre*.
 6. À partir du second livre, les volumes portent le titre de *Livre des libertez*, précédé d'un numéro (*II. Livre des libertez*).

26 mai 1660⁷. Des compositeurs mirent à profit cette situation pour faire graver leur musique, prenant ainsi de court la maison Ballard, qui imprimait en caractères mobiles⁸. Aux recueils qu'elle publia s'ajoutèrent donc des volumes de musique gravée.

C'est en 1671 que la chanson d'Henriette de Coligny, c'est-à-dire ses paroles⁹, parut dans un recueil musical intitulé *Meslanges d'airs à deux parties, d'airs à boire et autres chansons* et dans le *Recueil de tous les plus beaux airs bachiques*, un volume qui rassemblait des textes d'airs à boire sans les partitions¹⁰. Les deux ouvrages étaient dus à Bertrand de Bacilly, poète, compositeur et maître de chant, auteur d'un traité, *Remarques curieuses sur l'art de bien chanter*, paru en 1668, et dans lequel il fait d'ailleurs en musicien l'éloge de notre poétesse et de son art d'écrire des chansons¹¹. Dans les *Meslanges*, imprimés par Robert Ballard, il publiait ses mises en musique de poèmes, dont celui de la comtesse. Dans le *Recueil*, il offrait au public un large choix de paroles à la gloire du vin, soit deux cent quatre-vingt-deux chansons. Quand il les connaît, Bacilly donne dans le *Recueil* les noms des poètes. Soixante-deux chansons sont ainsi signées¹². Seule

-
7. Laurent Guillo, *Pierre I Ballard et Robert III Ballard*, t. I, *op. cit.*, p. 61.
 8. Le privilège royal, renouvelé pour chaque membre de la famille, protégeait les caractères. Ainsi dans celui accordé à Robert, « seul Imprimeur du Roy pour la Musique », le 24 octobre 1639, il est fait défense « de tailler, ny fondre aucuns Caractères de Musique sans le congé & permission dudit Ballard, à peine de confiscation desdits caractères & impressions, & de six mille liures d'amende [...] ». Un extrait du privilège était publié à la fin des ouvrages. La citation est tirée du *II. Livre des libertez d'André de Rosiers*, paru en 1649 (BnF, Musique, Rés. VMF-6).
 9. Catherine Massip précise à propos du mot *chanson* qu'au milieu du XVII^e siècle, il devient d'un usage courant pour désigner une pièce de vers écrite pour être mise en musique. Voir à ce sujet son ouvrage *L'Art de bien chanter : Michel Lambert (1610-1686)*, Paris, Société française de musicologie, 1999, p. 188.
 10. Dans les *Meslanges* est faite une annonce pour le *Recueil*, dont l'achevé d'imprimer est du 15 avril 1671.
 11. Sur Bacilly, voir Laurent Guillo et Frédéric Michel, « Nouveaux documents sur le maître de chant Bertrand de Bacilly (1621-1696) », *Revue de musicologie*, vol. 92, n° 2, 2011, p. 269-327.
 12. Les chansons sont signées soit par un nom en toutes lettres, soit par des initiales. Hormis celles de Bacilly – « BDB » –, les initiales sont précédées d'un « M », qui signifie sans doute « Monsieur », par exemple « M. DE FR... ». En outre, trois pièces signées, dont celle de la comtesse, ont inspiré une suite à un autre poète. Les trois strophes ajoutées sont signées. Bacilly donne aussi des noms de compositeurs.

signature féminine : « Mad. DE LA SVZE ». Tiennent entre autres compagnie à la comtesse Bacilly lui-même, auteur de plusieurs chansons, Philippe Quinault, poète dramatique, qui écrivait bientôt pour Lully des tragédies à mettre en musique¹³, mais aussi un avocat au Parlement de Paris, M. de Fourcroy, qui a par ailleurs laissé des ouvrages relatifs au droit.

Que les chansons soient signées ou anonymes, ce sont des voix masculines qui s’y font entendre :

Amis, passons le temps à boire,
La Paix nous donne du repos ;
Et ne cherchons plus d’autre gloire,
Que celle de vuidier les pots :
Et si l’Amour nous fait la guerre,
Defendons-nous à coups de verre,

écrit Bonaventure de Fourcroy, qui nous fait entrer dans une joyeuse société d’hommes¹⁴. Des femmes paraissent dans ces compagnies, mais introduites par le discours masculin :

Dieux ! que ie suis heureux ! l’incomparable Aminte
M’a presenté du Vin au milieu du Repas ;
Sa grace & ses attraits, & le jus de sa Pinte,
M’ont sauué du trépas.

13. L’exemple de Quinault donne une idée de la manière dont Bacilly a choisi « les plus beaux airs bachiques » pour composer son recueil. Il a publié neuf pièces du poète. Les trois dont il a écrit la musique (p. 54, p. 125, p. 229) avaient paru en 1668 dans le *VI. Livre de chansons pour danser et pour boire*, publication de Robert Ballard. Quatre poèmes mis en musique par Lully (p. 277, p. 294) venaient de *Psyché*, représentée en janvier 1671 (livret publié par Ballard). Deux autres étaient inédits (p. 292, musique de Lully ; p. 295, compositeur non indiqué). Voir le site que Buford Norman a consacré au poète : www.quinault.info (L’œuvre : Airs de Quinault, liste par date de publication).

14. Bertrand de Bacilly. *Recueil de tous les plus beaux airs bachiques*, Paris, Guillaume de Luyne, 1671, p. 7 (BnF, Musique, Rés. Vm Coirault 155, numérisé Gallica).

Cette chanson anonyme prend ensuite un tour un peu gaillard :

Ses yeux dont la vertu nous fait voir des merueilles,
En fournissant de feux à l'Astre qui nous luit,
M'échauffent tellement, qu'il faut que les Bouteilles
Me suiuent jour & nuit.
Si le Ciel à mes vœux vouloit estre propice,
J'aurois les deux Tétons de cet objet diuin ;
Croyez que j'en ferois ma fidelle Nourrice,
S'ils estoient pleins de Vin¹⁵.

Il arrive même que la femme devienne bouteille, du moins en rêve, dans une autre chanson anonyme :

J'ay méprisé longtemps Syluie,
Quoy qu'elle soit belle en effet ;
Mais je l'aime autant que ma vie,
Depuis vn songe que j'ay fait,
Qui fut que dessous vne Treille
L'Amour la changeoit en Bouteille.
De son corps de lys & de rose,
Il ne laissa qu'un petit trou,
Qui n'est propre à faire autre chose
Qu'à faire sans cesse glou, glou :
Mais sans feinte aussi puis-je dire,
Que c'est tout ce que je desire¹⁶.

Rien de tel dans la chanson d'Henriette de Coligny :

Sauourons à longs traits cet excellent Muscat,
Abandonnons nos sens à ce goust délicat,
Et gardons bien qu'Amour vienne dans cette feste
Mesler quelque secret ennuy :

15. *Ibid.*, p. 65.

16. *Ibid.*, p. 99.

Le fumeux Vin nouveau dont la vapeur enteste,
N'est pas si dangereux que luy¹⁷.

Loin du cabaret, nous pénétrons dans une société mondaine comme celles que fréquente Mme de Sévigné¹⁸. La poétesse invite les convives à déguster un vin qu'elle aime. Venu du Midi, seule région à même de le produire, le muscat était fort cher et très demandé à la table des Grands¹⁹. Le vocabulaire employé par Henriette de Coligny est celui qui convient dans l'appréciation d'un vin : « savourons », « longs traits », « goût délicat ». Quand il définit ces mots dans son *Dictionnaire* paru en 1690, Furetière donne des exemples relatifs au vin²⁰. Ainsi pour *savourer* : « Il faut *savourer* à loisir les vins dont on fait l'essay, pour en bien connoistre la difference. » Et à propos de *fumeux*, qu'il définit par « Qui jette des fumées, des vapeurs », le lexicographe note : « les vins d'Orleans nouveaux sont nuisibles à la santé, parce qu'ils sont trop *fumeux* ».

Chantant ainsi le vin et avec compétence, Henriette de Coligny se distingue de poétesse qui publièrent leurs vers dans les années 1660 : aucune chanson à boire ne figure dans le *Recueil de poésies de Mademoiselle Desjardins*, plus connue sous le nom de Mme de Villedieu pour son œuvre romanesque, ni dans les *Nouvelles poésies ou Diverses pièces choisies, tant en vers qu'en prose, de Mademoiselle Certain*. On fait le même constat en parcourant le *Recueil de poésies par Madame de Lauvergne* paru en 1680, après le décès de la poétesse, et probablement édité par une parente²¹. Et on

-
17. *Ibid.*, p. 266. Chanson publiée dans notre édition de la poétesse : *Élégies, chansons et autres poésies*, Paris, Classiques Garnier, 2017, p. 205 (orthographe modernisée).
 18. Voir une lettre de mars 1671, donc contemporaine du *Recueil (Correspondance, t. I, op. cit., p. 183)*.
 19. Marcel Lachiver, *Vins, vignes et vigneron. Histoire du vignoble français*, Paris, Fayard, 1988, p. 157-158.
 20. Le *Dictionnaire* fut publié après la mort de Furetière, survenue en 1688.
 21. *Recueil de poésies de Mademoiselle Desjardins*, Paris, Claude Barbin, 1662 et 1664 (BnF, YE-7954 et YE-7955, numérisés sur Gallica) ; *Nouvelles poésies ou Diverses pièces choisies, tant en vers qu'en prose, de Mademoiselle Certain*, Paris, Estienne Loyson, 1665 (BnF, YE-11438 et YE-17390) ; *Recueil de poésies par Madame de Lauvergne*, Paris, Claude Barbin, 1680 (BnF, YE-8070, numérisé sur Gallica).

cherche aussi en vain une chanson bachique dans la production poétique de Madeleine de Scudéry, qui a été publiée dans ses ouvrages en prose et des recueils collectifs²². Non seulement ces poétesses n'ont pas écrit de chansons à boire, mais le vin est absent de leur poésie, si l'on excepte un madrigal que Mlle Certain a publié dans son recueil. Intitulé « Sur vn Lacquais qui dans vn Festin versoit plus de Vin aux Femmes qu'aux Hommes », ce petit poème laisse entendre que le vin n'est pas une affaire de femmes :

Intendant du Buffet, quelle est vostre finesse ?
Ha que vous sçavez mal distribuer le Vin !
Ces grands Beueurs n'osans en demander sans cesse,
Sans doute avec la soif sortiront du Festin ;
Vous m'en offrez souuent, & cela me fait croire,
Ou que l'Hoste est auare, ou vous malicieux,
D'abandonner le Vin à qui n'en sçauroit boire,
Et de le ménager à qui boiroit des mieux²³.

Vers la fin du siècle, donc bien après la mort d'Henriette de Coligny, une autre poétesse, Mme Deshoulières, a publié deux poèmes qui ont trait au vin, l'un en 1688 dans la première édition de ses œuvres, l'autre dans celle de 1695, parue peu après son décès, survenu en 1694, mais dont elle avait suivi la préparation²⁴. Le premier est une ballade, genre ancien que Mme Deshoulières prisait. S'adressant à une « chère Iris », la poétesse y rappelle la langue des

22. Les poèmes ont été rassemblés dans un ouvrage consacré à la poétesse : Renate Kroll, *Femme poète. Madeleine de Scudéry und die „poésie précieuse“*, Tübingen, Niemeyer, 1996, p. 415-492.

23. *Nouvelles poésies ou Diverses pièces choisies, tant en vers qu'en prose, de Mademoiselle Certain*, op. cit., p. 49. Parmi les rares poétesses dont les recueils furent publiés au siècle précédent, seule Marie de Romieu fait état du vin, mais pour tancer un adepte de « la Bacquique liqueur » : « Appren, appren à bien dire, / Et à moderer ton vin, / Si tu ne veux que mon ire, / T'aïlle tourmentant sans fin ». Voir *Les Premières Œuvres poétiques de Ma Damoiselle Marie de Romieu Vivaroise*, Paris, Lucas Breyer, 1581, p. 44-45 (BnF, YE-1877, numérisé sur Gallica).

24. Madame Deshoulières, *Poésies*, édition de Sophie Tonolo, Paris, Classiques Garnier, 2010, p. 79-81.

temps passés – ce qu'elle aimait à faire – et se coule comme par jeu dans le moule bachique masculin :

En dévorant carpe de Seine au bleu,
De sottes gens à l'aise pourront rire :
Trop bien savons qu'il n'en est pas pour peu :
Plaisante et longue en sera la satire.
Nous chercherons un nouvel enjouement,
Un nouveau feu dans le jus de la treille :
C'est un secours contre plus d'un tourment ;
Il n'en est point qui ne cède aisément
Au doux glou glou que fait une bouteille²⁵.

Le second poème est une épître : Mme Deshoulières y remercie un généreux donateur qui lui a offert une « pièce de Vin » pour rétablir sa santé, alors qu'elle est très gravement malade. Elle y écrit :

Enfin, moi, qui jusqu'aujourd'hui
N'avais avec Bacchus presque point de commerce,
J'ai fait connaissance avec lui.
Heureuse si ce Dieu peut dissiper l'ennui
Du maudit sort qui me traverse,
Et d'une santé faible être le ferme appui²⁶.

C'est bien la distance entre femme et vin qu'affirme la poétesse. Dans un autre poème, elle boit cependant à une bonne table :

Quand je suis avec mes amis
Je ne suis plus malade

25. *Ibid.*, p. 108, v. 10-18.

26. *Ibid.*, p. 336, v. 66-71. Sophie Tonolo précise que le poème avait paru en octobre 1693 dans le *Mercurie galant* (p. 334, note 1). Il avait sans doute circulé manuscrit. Une strophe témoigne de la connaissance littéraire qu'avait Mme Deshoulières de la poésie bachique : « Quoique l'Histoire en puisse dire, / Le vin qui jadis dans Tibur / D'Horace égayait la Satire, / Le vin qu'Anacréon célébrait sur sa Lyre, / N'était ni si beau, ni si pur » (p. 335, v. 38-42).

C'est là que je me suis permis
Le vin et la grillade²⁷ [...].

Le vin est un « doux poison », qu'elle aime maintenant, parce qu'il « fait perdre la raison²⁸ ». Mais Mme Deshoulières n'a pas publié cette pièce. Peut-être qu'à ses yeux, elle devait rester inédite, relevant de la sphère privée, comme les lettres de Mme de Sévigné à sa fille²⁹.

Henriette de Coligny, qui avait, elle, célébré le vin sans gêne ni détours, agréa de la même manière la dédicace d'un recueil qui, fait notable, se composait entièrement d'airs bachiques. C'était à des hommes que leurs auteurs dédiaient de tels ouvrages : en témoignent les seize volumes des *Libertez* d'André de Rosiers. Il en allait de même des recueils qui mêlaient chansons à danser et à boire, comme le montrent ceux de François de Chancy. Seule exception : en 1643, Denis Macé dédia son *Recueil des chansons à danser et à boire* à « Mademoiselle Gobelin, fille de Monsieur le president Gobelin », sans doute Balthazar Gobelin, président à la Chambre des Comptes. On notera que ce recueil ne comptait que six airs à boire sur quarante-deux pièces. La dédicataire prenait des leçons de chant avec Michel Lambert³⁰. C'est la qualité de sa voix, propre à servir sa musique si elle la chante dans des cercles mondains, qui a conduit Macé à lui dédier son recueil : « Si vous l'honorez de vostre veüe, vous me comblerez de joye : mais si vous y adjoustez cette incomparable voix qui est si universellement admirée, je suis certain que non seulement elle couvrira mes défauts, mais encore qu'elle forsera tout le monde à me donner beaucoup plus de reputation que je n'en espere³¹. »

27. *Ibid.*, p. 430, v. 15-18.

28. *Ibid.*, p. 431, v. 36 et 38. Dans son idylle « Les Moutons » parue en 1688, Mme Deshoulières avait évoqué la raison. Les moutons en ignorent l'usage, ce qui n'est pas un désavantage. Cette « fière raison », les hommes la perdent en effet facilement : « Un peu de Vin la trouble » (p. 124, v. 17).

29. Le poème fut publié en 1705. Une pièce parue en 1747 s'adresse à un ami pour lui recommander de profiter de la vie, puisque nous sommes « tous soumis à la mort ». Le vin est mentionné (p. 477, v. 21).

30. Catherine Massip, *L'Art de bien chanter : Michel Lambert (1610-1686)*, op. cit., p. 52.

31. BnF, Musique, Rés. Vmd 61(3) ; texte cité par Catherine Massip (p. 52). Plus tard, Jean Sicard dédia trois de ses dix-sept recueils à des femmes (Bibliothèque

S'il est aussi fait état de l'intérêt pour la musique dans les dédicaces à des hommes, d'autres considérations entrent toutefois en jeu, en particulier le goût de la bonne chère et la belle humeur du dédicataire. Une sorte de complicité festive entre l'auteur du livre et le destinataire est même parfois suggérée. Nous nous arrêterons à deux recueils que séparent à peu près quarante ans, preuve d'une permanence de la tradition. En 1636, le violiste et compositeur Jean Boyer, musicien de la Chambre du Roi, publie chez Ballard un *Recueil de chansons à boire et d'ancer*, soit vingt-six airs bachiques suivis de vingt-cinq à danser. Il l'a dédié à M. de Flotte, « gentilhomme ordinaire de la maison de Son Altesse », c'est-à-dire Gaston d'Orléans, frère de Louis XIII : « A qui pouuoi-je plus a propos dédier ce liure de Chansons joyeuses qu'a vous qui estes l'ennemi mortel de la melancolie, les delices des bonnes compagnies, & le roy de l'honneste desbauche³² ? » Et Boyer d'ajouter : « le public trouuera bon, s'il luy plait, que je desdie des Chansons a boire, a vn buueur eternel, & des pieces de raillerie, a vn goinfre de haut appareil³³ [...]. »

En 1677, Bacilly fait paraître chez Guillaume de Luyne un recueil gravé au burin, son *Second livre d'airs bachiques*, dont il a écrit à la fois les paroles et la musique. Le dédicataire en est le maréchal de

municipale de Besançon, 247957-247959). En 1669, il offre son *Quatriesme livre d'airs, à boire, et sérieux* à la duchesse d'Havré et de Croÿ, « petit present » pour son « heureux mariage ». Il rappelle le « goust fin & delicat » de la duchesse pour la musique et le « bonheur [qu'il a] eu de montrer quelque chose de ce bel Art à [son] Illustre famille ». En 1676, le *Dixième livre d'airs sérieux et à boire* est dédié à Mlle de Bourlemont, à qui Sicard a enseigné le chant. Son *Douzième livre*, Sicard l'adresse à sa fille : les airs « luy serviront de leçon pour se perfectionner dans un talent auquel elle a du genie & de l'inclination ». On notera que les deux premiers recueils contiennent plus d'airs sérieux que d'airs à boire. Ils sont en nombre égal dans le troisième. Dans ce recueil, Sicard a publié un air composé par sa fille, puis cinq autres dans les volumes suivants. Mais ce sont des airs sérieux.

32. Selon le *Dictionnaire* de l'Académie française (1694), le mot *desbauche* « se prend aussi quelquefois pour une honneste resjouissance dans un repas. *Agreable desbauche, honneste desbauche* ».
33. Jean Boyer, *Recueil de chansons à boire et d'ancer*, Paris, Robert Ballard, 1636, dédicace non paginée (Bibliothèque municipale de Lyon, Rés. FM B 511935, numérisé). Boyer précise que Gaston d'Orléans appréciait la compagnie du dédicataire : « ce grand Prince vous appelle si souuent à sa table, comme le genie de la bonne chere ». En 1639, François de Chancy lui dédia le premier livre de ses *Équivoques*.

La Ferté-Senneterre. Il a alors soixante-dix-sept ans et derrière lui une brillante carrière militaire³⁴. Au début de son épître dédicatoire, Bacilly fait une allusion rapide à ce parcours : « Ce n'est point icy que je dois parler de tous ces grands Exploits qui vous ont attiré l'admiration de tout l'Univers, & dont les Histoires sont toutes remplies [...]. » Et il en vient ensuite à l'essentiel : « l'amitié » du maréchal pour la musique, et sa table « que chacun sçait estre d'une delicatesse achevée ». Bacilly a pu y « manger quelquesfois », et elle l'a inspiré : « C'est là, MONSEIGNEVR, où j'ay pris la liberté de vous chanter ces Airs que vous avez écoutez avec joye ; & c'est cette Table qui m'a animé pour les faire, & qui m'a donné l'art d'y réussir [...]. »

Bacilly a ainsi composé vingt-deux airs qui nous plongent à nouveau dans une atmosphère de cabaret :

Ce dessert est incomparable
mais ie luy trouue vn grand defaut
C'est qu'il nous auertit
qu'il faut bientost sortir de la Table
Il a beau nous auertir
qu'il en faut bientost sortir
le moyen dy consentir
Qu'on nous laisse ce Fromage
force Vin point de Valets
que nous faut-il d'auantage
s'en aille qui voudra
pour moy ie iure et ie promets
de n'en sortir Jamais³⁵

Le maréchal devait apprécier la mention du fromage, lui qui avait fait connaître et aimer à Louis XIV celui produit sur ses terres, le Saint-Nectaire. Et l'on retrouve la femme-bouteille :

34. François Bluche, « La Ferté », dans François Bluche (éd.), *Dictionnaire du Grand Siècle*, Paris, Fayard, 1990, p. 816.

35. Bertrand de Bacilly, *Second livre d'airs bachiques*, Paris, Guillaume de Luyne, 1677, p. 36-38 (BnF, Musique, Rés. Vm⁷ 294, numérisé sur Gallica). La dédicace n'est pas paginée.

La voila la voila
Celle pour qui ie sôupire
Caressons la
Chantons a son honneur
Ut re mi fa sol la
Embrassons la
Vuidons la
Couchons la
De cette bel l'on fait tout ce que lon desire³⁶

La seconde strophe est du même tonneau.

C'est quatre ans auparavant, en 1673, qu'a été publié chez Ballard le recueil dédié « A TRES-HAVTE ET TRES-PVISSANTE DAME HENRIETTE DE COLIGNY, COMTESSE D'ADINTON ET DE LA SVZE³⁷ ». Ce n'était pas le premier ouvrage qu'on lui dédiait. Elle avait ainsi reçu entre autres *L'Escole du sage*, un austère ouvrage de morale, et un *Nouveau recueil des plus belles poésies*, livres qui convenaient à une dame, de surcroît née dans une famille illustre, celle de l'amiral, dont elle était l'arrière-petite-fille. Le signataire de la dédicace des airs à boire – « Vostre tres-humble, & tres-obeïssant serviteur P... » – est l'auteur des vingt-quatre textes, que des compositeurs, dont Bacilly, ont mis en musique³⁸. Il relève le lien entre ces textes et la comtesse, afin de justifier une dédicace qui pourrait

36. *Ibid.*, p. 34-35. Dans les deux chansons de Bacilly sont employés des abréviations et des tildes. Nous avons transcrit les mots dans leur intégralité, sauf « bel ». Il n'y a pas de ponctuation.

37. *Premier livre d'airs à boire à deux parties*, Paris, Robert Ballard, 1673 (BnF, Musique, Vmc-173(8), numérisé sur Gallica). L'auteur de la dédicace, qui n'est pas paginée, donne d'abord le nom de la dédicataire, puis les titres qu'elle tenait de ses deux époux. En 1643, elle avait épousé par amour Thomas Hamilton, comte d'Haddington. Devenue veuve, elle avait été contrainte par sa mère – son père était décédé – d'épouser Gaspard de Champagne, comte de La Suze. En 1661, au terme d'une procédure complexe, elle avait obtenu une déclaration de nullité de ce mariage contracté contre son gré. Légalement, elle était donc à nouveau comtesse d'Haddington. La date de l'achèvement d'imprimerie n'étant pas indiquée, on ne saurait dire si Henriette de Coligny, qui décéda en mars 1673, a vu le recueil.

38. « P... » – probablement un musicien nommé Pinard – a sans doute lui-même mis en musique certains de ses poèmes.

surprendre les lecteurs : « pour faire cesser tout suiet d'estonnement, ie n'auray qu'à publier la bien-veillance dont vous m'honorez, & à faire connestre que vous avez bien voulu accorder une audience si favorable à ces Chansons, qu'elle n'a esté interrompuë qu'aux moments où vous avez témoigné la joye que vous causoit leur recit [...]. » Et le poète de préciser que c'est chez la comtesse que toutes ces pièces « ont pris naissance ». Les chansons à boire mettaient donc Henriette de Coligny en joie tout comme le maréchal de La Ferté. Il faut dire que cette disposition à la gaieté était un trait de son caractère, ce qu'a souligné le pasteur David Ancillon, qui l'a bien connue : « c'estoit vne Dame qui paroissoit fort sérieuse, mais qui estoit fort gaye dans le particulier³⁹. »

Qu'est-ce qui faisait rire Henriette de Coligny dans les chansons qu'elle écouta chez elle ? Pas exactement ce qui réjouissait les dédicataires masculins. Comme sa propre pièce, celles du recueil nous introduisent dans la sociabilité mondaine, ce que suggère déjà le titre du volume : *Premier livre d'airs à boire à deux parties. Contre les incommoditez du temps ; et les fascheuses cérémonies de la table*. Le poète se moque des fâcheux qui troublent les repas et empêchent les autres convives d'apprécier mets et vins. « Contre ceux qui font ceremonie en se mettant à Table », « Contre ceux qui haranguent long-temps à la table », « Contre ceux qui parlent d'affaire à la Table », « Contre ceux qui se meslent de servir les Gens à Table⁴⁰ » : voilà quelques-uns des travers objets de la satire. Et dans la chanson « Contre ceux qui pestent sur le mauvais temps », le poète met en scène une assemblée de qualité, où auraient pu être chantés les vers de notre poétesse :

39. *Mélange critique de littérature recueilli des conversations de feu Monsieur Ancillon*, t. II, Bâle, Eman et Jean George König, 1698, p. 474 (Genève, Slatkine Reprints, 1971, p. 237). Originaire de Metz, David Ancillon exerça son ministère à Meaux avant de retourner dans sa ville natale. Lors de son séjour à Meaux (1641-1653), il fréquenta la famille de La Suze, qui résidait à Lumigny. Il quitta la France après la Révocation de l'Édit de Nantes. Le *Mélange critique* fut publié par un fils du pasteur, Charles, qui vivait alors en Suisse. Voir Julien Léonard, *Le Pasteur David Ancillon (1617-1692). De Metz à Berlin, de la France au Refuge*, Metz, Éditions des Paraiges, 2017, p. 54 et p. 264.

40. *Premier livre d'airs à boire à deux parties*, op. cit., p. 16-17, p. 32-33, p. 34-37 et p. 42-43.

Le Maistre du Logis à souper nous convie,
Sa belle humeur d'elle même nous prie,
Il est & sans façon & sans ceremonie,
Il est sourd & muët à tous les compliments⁴¹.
A quoy bon se fascher, & se mettre en furie
Contre la pluye ?
A quoy bon se fascher contre le mauvais temps :
La Maistresse est de la partie,
Qui loin de rechigner veut qu'on fasse frairie⁴²,
L'un & l'autre, ma foy, sont de tres-bonnes gens,
Où pourrions-nous aller pour mieux faire la vie,
Où pourrions-nous aller pour mieux passer le temps⁴³ ?

Commentant les chansons féminines mises en musique et publiées dans les *Livres d'airs de différents auteurs*, autre production de la maison Ballard, Anne-Madeleine Goulet écrit : « La peur de l'amour est un sentiment fréquemment exprimé chez les femmes [...]. Il faut l'esprit intrépide et libre d'une comtesse de La Suze pour envoyer au diable considérations précautionneuses et craintes pusillanimes, et céder à l'amour avec délice et sans arrière-pensée⁴⁴. » On pourrait en dire autant des femmes et du vin au XVII^e siècle. Elles en boivent, mais de là à écrire et publier qu'elles ont « commerce » avec Bacchus, il y a un seuil qu'elles ne franchissent pas, retenues sans doute comme pour ce qui est de l'amour par l'éducation qu'elles ont reçue⁴⁵. Henriette de Coligny n'avait cure des limites imposées aux

41. Point d'interrogation dans le recueil, sans doute par erreur.

42. « Partie de divertissement, de bonne chere, de desbauche. *Êstre d'une frairie, faire frairie, être en frairie* » (*Dictionnaire* de l'Académie française, 1694). Le mot *desbauche* est à prendre au sens déjà précisé.

43. *Premier livre d'airs à boire à deux parties*, *op. cit.*, p. 56-60 ; extrait, p. 57-59.

44. Anne-Madeleine Goulet, *Poésie, musique et sociabilité au XVII^e siècle. Les Livres d'airs de différents auteurs publiés chez Ballard de 1658 à 1694*, Paris, Champion, « Lumière classique », 2004, p. 295.

45. Des femmes s'occupaient toutefois activement du vin : les religieuses dont les couvents possédaient des vignobles. Un exemple : les Bernardines de Dijon. Réputé, le vin de leur clos de Morey était destiné à leur consommation et aussi à la vente. Un acte notarié daté du 10 septembre 1678 rappelle le droit de vendanges accordé en 1251. Il est signé par Jeanne Bertin, qui en tant que sœur tourière vendait le vin (Archives départementales de la Côte-d'Or, 78 H 1050).

femmes. « Mad. De la Suze disoit qu'elle ne pouuoit pas se persuader que l'amour fût vn mal », note le pasteur Ancillon⁴⁶. D'où tenait-elle cette intrépidité ? Peut-être de la manière dont elle avait été élevée. Son père, Gaspard III de Coligny, maréchal de Châtillon, avait des idées assez avancées sur la question, si l'on en juge par le témoignage de Tallemant des Réaux : « Il vouloit que ses filles fussent comme des garçons⁴⁷. »

« J'ai été très bien élevée. Pour preuve première d'une affirmation aussi catégorique, je dirai que je n'avais pas plus de trois ans lorsque mon père me donna à boire un plein verre à liqueur d'un vin mordoré, envoyé de son Midi natal : le muscat de Frontignan. » Le rapprochement entre Colette, qui publia en 1932 dans *Prisons et paradis*⁴⁸ ces lignes jugées alors audacieuses, et Henriette de Coligny, n'est pas fortuit : à plus de deux siècles de distance, elles ont ouvertement célébré le vin. Colette l'avait découvert par le muscat : « Coup de soleil, choc voluptueux, illumination des papilles neuves ! Ce sacre me rendit à jamais digne du vin⁴⁹. » Quel nectar avait-il rendu Henriette de Coligny « digne du vin » ? Peut-être un de ceux de l'Orléanais, que l'on élevait pas très loin du château de Châtillon-sur-Loing, aujourd'hui Châtillon-Coligny, où elle était née le 17 janvier 1623 et où elle avait passé toute sa jeunesse.

Comment Bertrand de Bacilly a-t-il traité ses vers ? En accord avec les paroles, les mises en musique de chansons bachiques étaient traditionnellement destinées à des voix d'hommes. C'est en clef de fa – clé masculine – que Bacilly a écrit la partition de sa chanson « Ce dessert est incomparable ». Pour celle de notre poétesse, il a joué

46. *Mélange critique de littérature recueilli des conversations de feu Monsieur Ancillon*, t. II, *op. cit.*, p. 475. Née dans une famille réformée, Henriette de Coligny a chanté les psaumes, dont le 104, qui a pour sujet les dons de Dieu à l'homme : « Le vin pour estre au cœur ioye & confort [...] ». Voir *Les Pseaumes de David, mis en rime françoise, par Clément Marot, & Théodore de Bèze*, Paris, Pierre Des-Hayes, 1638, n. p. (Bibliothèque Stanislas de Nancy, 305022). Le psaume cité a été traduit par Clément Marot.

47. Gédéon Tallemant des Réaux, *Historiettes*, t. II, édition d'Antoine Adam, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1961, p. 107.

48. Colette, *Prisons et paradis* [1932], Paris, Fayard, « Le Livre de poche », 2004, p. 49.

49. *Ibid.*

Mariette Cuéinin-Lieber

le jeu de son originalité. Il a composé deux parties, dessus et basse : c'est donc en duo, féminin-masculin, que se chante l'invitation à savourer un « excellent Muscat », dans l'esprit même de cette sociabilité mondaine raffinée que prisait Henriette de Coligny⁵⁰.

Mariette Cuéinin-Lieber

ILLE (UR 4363), Université de Haute-Alsace

50. Bertrand de Bacilly, *Meslanges d'airs à deux parties, d'airs à boire et autres chansons*, Paris, Robert Ballard, 1670, f. 33^v-34^r (BnF, Musique, Rés. Vm Coirault 219). La partie de basse est écrite pour être chantée : le texte est en effet imprimé sous la portée, comme pour la partie de dessus. Aucune indication n'est donnée quant à la basse continue. Les vers inspirés par ceux de la comtesse figurent au bas des deux pages.

« Calm[er] les ardeurs de Bacchus par le commerce des Nymphes » Des vertus du vin coupé dans *La Nouvelle Héloïse*

Le vin occupe dans l'œuvre de Rousseau une place symbolique importante dont témoignent déjà divers travaux¹. Dans la lignée d'une riche tradition littéraire et philosophique, l'écrivain, convaincu comme l'Alcibiade du *Banquet* que la vérité est *in vino*, voit dans la consommation modérée de vin le signe tout à la fois d'un mode de vie salubrement épicurien et d'une sincérité qui ne craint pas d'éventer des secrets. Être bon convive est même, selon la *Lettre à d'Alembert sur les spectacles*, la marque sensible de quelques vertus : « Généralement parlant, les buveurs ont de la cordialité, de la franchise ; ils sont presque tous bons, droits, justes, fidèles, braves et honnêtes gens, à leur défaut près². » Ainsi le veut aussi le jeune héros de *La Nouvelle Héloïse*, dans sa fameuse lettre sur le Valais : « J'ai toujours remarqué que les gens faux sont sobres, et la grande réserve de la table annonce assez souvent des mœurs feintes et des âmes doubles. Un homme franc craint moins ce babil affectueux et ces tendres épanchements qui précèdent l'ivresse³. » Trouver la juste mesure, le bel équilibre entre épanchement et retenue, épanouissement et continence, plaisir et vertu, telle est précisément la gageure que soutient le roman épistolaire de Rousseau. On se souvient que c'est aussi le pari que relève Julie, devenue malgré elle Mme de Wolmar, lorsqu'elle

-
1. Voir notamment Pierre Brunet, « Le thème du vin dans *La Nouvelle Héloïse* », *Annales Jean-Jacques Rousseau*, n° 38, 1968-1971, p. 274-276 ; Jean-Daniel Candaux, « Jean-Jacques Rousseau, chantre de la vigne et du vin », *Le Guillon*, vol. VIII, 14 décembre 1962, p. 385-391 ; Michèle Crogiez, « L'éloge du vin chez Rousseau. Entre franchise et salubrité », *Dix-Huitième Siècle*, n° 29, 1997, p. 185-197 ; Éric Fougère, « Le vin dans *La Nouvelle Héloïse*, "in vino veritas" », *Dix-Huitième Siècle*, n° 29, 1997, p. 99-200 ; et Timothy Scanlan, « Rousseau et le vin », *Studia neophilologica*, n° 50, 1978, p. 293-304.
 2. Jean-Jacques Rousseau, *Lettre à d'Alembert sur les spectacles*, dans *Œuvres complètes*, vol. V, édition de Bernard Gagnebin et Marcel Raymond, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1995, p. 99.
 3. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, dans *Œuvres complètes*, vol. II, édition d'Henri Coulet, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1961, p. 81. Ici comme dans les citations suivantes, l'orthographe est modernisée.

invite, à l'initiative de son mari, son ancien amant Saint-Preux⁴ à rejoindre sa famille en leur demeure de Clarens : épurer ses sentiments sans les étouffer, soumettre son âme à la vertu sans renoncer à cultiver des plaisirs et une intimité au sein de cette petite communauté des belles âmes. L'amour ainsi épuré des anciens amants est supposé survivre sous une forme modifiée, dépouillé de sa composante érotique et passionnelle.

C'est dans la perspective de cette solution de compromis que nous voudrions envisager la fortune du vin dans le roman. On l'y trouve tantôt pur, tantôt coupé d'eau selon une hygiène raisonnée mais aussi et surtout une symbolique stratifiée. Notre hypothèse est que le motif du mélange de l'eau et du vin (et *a contrario* celui du vin pur) se déploie au fil de l'œuvre selon un axe triple – érotique, éthique et poétique – qui s'enracine chez les auteurs antiques que Rousseau affectionne entre tous : Platon et Plutarque.

L'usage du vin apparaît d'abord dans le roman sous la forme de l'abus. Celui qu'en fait, à ses dépens, Saint-Preux, soupirant heureux de Julie, qui n'a alors plus rien à lui refuser, mais dont la pudeur entend être d'autant mieux ménagée. Or, dans une lettre de la première partie (I, 50), la jeune femme se déclare outrée des manières trop lestes du jeune homme et des propos cavaliers qu'il lui aurait tenus au sortir d'un repas trop arrosé :

De pareilles expressions avaient quelquefois frappé mon oreille en passant auprès du port ; mais je ne croyais pas qu'elles pussent jamais sortir de la bouche d'un honnête homme ; je suis très sûre au moins qu'elles n'entrèrent jamais dans le dictionnaire des amants, et j'étais bien éloignée de penser qu'elles pussent être d'usage entre vous et moi. Eh dieux ! quel amour est le vôtre, s'il assaisonne ainsi ses plaisirs !

4. Nous userons par commodité de ce pseudonyme donné par Claire au personnage qui reste anonyme dans le roman.

5. *Ibid.*, p. 137.

Le désir amoureux du jeune homme s'est exprimé de manière crue et sans filtre, libéré par le vin. L'ébriété rend le débordement excusable aux yeux de Julie, mais elle offre dans le même temps à ses yeux un révélateur inquiétant des mouvements secrets qui animent son amant : « Croirai-je que dans un état où l'on ne déguise rien vous vous montrâtes tel que vous êtes⁶ ? » Le personnage se trouve démasqué dans la violence d'un désir brut. Or, Saint-Preux réitère et amplifie l'infraction dans la seconde partie du roman. Exilé à Paris, il en découvre les mœurs. Le voilà confessant à sa bonne amie que, s'étant trouvé entraîné dans la compagnie de femmes de petite vertu, enivré à son insu par du vin blanc qu'on avait fait passer pour de l'eau, il s'est réveillé « dans un cabinet reculé, entre les bras d'une de ces créatures », consterné de se découvrir « aussi coupable [qu'il] pouv[ait] l'être⁷... »

Rousseau reprend, pour l'imputer au personnage masculin, le motif de l'héroïne droguée et violée dans une maison close que l'on trouve dans les romans de Charles Johnson et Samuel Richardson⁸. Cette réversion des fonctions ou positions traditionnellement allouées aux deux sexes est fréquente chez lui. À ceci près que le jeune homme ne peut démentir une activité érotique éloignée de la position passive de la fille violée. Le vin se présente donc d'abord dans *La Nouvelle Héloïse* dans sa force subversive, qui semble s'exercer en dépit de la bonne volonté d'un héros soucieux de bien faire, voire le *démentir* :

Que je vais l'abhorrer, cette fatale intempérance qui me paraissait favorable aux épanchements du cœur, et qui put *démentir* si cruellement le mien ! J'en fais par toi l'irrévocable serment, dès aujourd'hui je renonce pour ma vie au vin comme au plus mortel poison ; jamais cette liqueur funeste ne troublera mes sens, jamais elle ne souillera

6. *Ibid.*

7. *Ibid.*, p. 297.

8. Voir Charles Johnson, *Cælia or the Perjured Lover*, London, Printed for J. Watts, 1733 ; Samuel Richardson, *Clarissa Harlowe, or the History of a Young Lady*, 1747-1748 ; et la traduction de l'abbé Prévost, *Lettres anglaises, ou Histoire de Miss Clarisse Harlove*, Londres, Nourse, 1751.

mes lèvres, et son délire insensé ne me rendra plus coupable à mon insu. Si j'enfreins ce vœu solennel, Amour, accable-moi du châtiement dont je serai digne : puisse à l'instant l'image de ma Julie sortir pour jamais de mon cœur, et l'abandonner à l'indifférence et au désespoir⁹ !

Rappelé à l'ordre après sa première incartade (les propos cavaliers), Saint-Preux répond de la manière forte à la semonce de Julie, par une imprécation. Répudiant les égarements sensuels et dionysiaques, il invoque le dieu Amour comme pondérateur et régulateur de son comportement. Or, ce serment, sans être rompu, n'est pas non plus tenu, car Julie intervient pour proscrire cette abstinence comme relevant d'une radicalité dommageable, et ce premièrement à la virilité du jeune homme, sur laquelle la jeune femme s'autorise la raillerie : « Ce n'est pas qu'il n'y ait parmi nos jeunes gens de petits messieurs francisés qui boivent de l'eau par air ; mais tu seras le premier à qui l'amour en aura fait boire¹⁰ ».

Comme l'a signalé Michèle Crogiez¹¹, Rousseau reprend certaines considérations aux « diététiciens » de son temps, notamment Louis Lémery (1702), auteur d'un *Traité des aliments* (1702) republié en 1755, qui engage à approprier à chaque tempérament les aliments qui lui conviennent. Cette thèse à prétention médicale, fondée notamment sur la théorie des humeurs, est reprise par le héros de Rousseau dans une dimension également symbolique :

Le laitage et le sucre sont un des goûts naturels du sexe, et comme le symbole de l'innocence et de la douceur qui font son plus aimable ornement. Les hommes, au contraire, recherchent en général les saveurs fortes et les liqueurs spiritueuses, aliments plus convenables à la vie active et laborieuse que la nature leur demande ; et quand ces divers goûts viennent à s'altérer et *se confondre*, c'est une marque

9. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 141. Nous soulignons.

10. *Ibid.*, p. 142.

11. Michèle Crogiez, « L'éloge du vin chez Rousseau. Entre franchise et salubrité », *art. cit.*, p. 188-189.

presque infaillible du *mélange désordonné* des sexes. En effet, j'ai remarqué qu'en France, où les femmes vivent sans cesse avec les hommes, elles ont tout à fait perdu le goût du laitage, les hommes beaucoup celui du vin¹².

Le « mélange désordonné » est celui de l'interversion de l'ordre symbolique (et « naturel ») qui porte l'homme vers le vin et la femme vers le lait. Se mettre à l'eau serait pour Saint-Preux la marque d'une confusion identitaire voire d'une castration symbolique. Pour éviter cet inconvénient sans induire son ami à se parjurer, Julie joue le jeu du sacré et s'institue grande prêtresse de son retour au vin, lequel devra premièrement être absorbé *pur* :

Si tu tiens ton engagement, tu t'ôtes un plaisir innocent et risques ta santé en changeant de manière de vivre, si tu l'enfreins, l'amour est doublement offensé et ton honneur même en souffre. J'use donc en cette occasion de mes droits ; et non seulement je te relève d'un vœu nul, comme fait sans mon congé ; mais je te défends même de l'observer au-delà du terme que je vais te prescrire. Mardi nous aurons ici la musique de milord Edouard. À la collation je t'enverrai une coupe à demi pleine d'un nectar *pur* et bienfaisant ; je veux qu'elle soit bue en ma présence et à mon intention, après avoir fait de quelques gouttes une *libation expiatoire aux Grâces*. Ensuite mon pénitent reprendra dans ses repas l'usage sobre du vin *tempéré par le cristal des fontaines* ; et, comme dit ton bon Plutarque, *en calmant les ardeurs de Bacchus par le commerce des nymphes*¹³.

Julie professe un épicurisme raisonné qui réhabilite le plaisir et le préserve en le modérant. Ainsi, après avoir rétabli Saint-Preux dans sa virilité en lui offrant un vin sans mélange, elle l'engage dans un second temps à le consommer coupé.

12. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 452-453. Nous soulignons.

13. *Ibid.*, p. 143. Nous soulignons.

En insistant sur la mise en scène du rituel, en requalifiant de « nectar pur et bienfaisant » le « mortel poison » que rejetait Saint-Preux, la jeune femme refuse de proclamer l'ivresse plus puissante que la philosophie et Dionysos plus grand qu'Apollon, dieu de l'ordre et de l'harmonie. Elle invoque les Grâces, déesses de la beauté et des plaisirs, lesquelles entrent dans le cortège de l'un et l'autre dieu. Ce faisant, elle détourne quelque peu l'extrait des *Œuvres morales* de Plutarque (« maître et [...] consolateur¹⁴ » de Rousseau) auquel elle se réfère.

En l'occurrence, Julie s'inspire d'un petit traité traduit par Amyot sous le titre : *Comment il faut que les jeunes gens lisent les poètes, et fassent leur profit des poésies*. L'auteur y met en garde contre les dangers de la poésie (et plus généralement de la fiction), susceptible de troubler l'âme des jeunes lecteurs à la manière d'une drogue. Pour autant, à la différence de Platon, Plutarque ne préconise pas de chasser le poète de la cité :

Lycurgus, le fils du fort Dryas, n'eut pas l'entendement sain ni bon, quand il fit par tout son royaume couper et arracher les vignes, pour autant qu'il voyait que plusieurs se troublaient de vin et s'enivraient : là où il devait plutôt en approcher les Nymphes, qui sont les eaux des fontaines, et retenir en office un Dieu fol et enragé comme dit Platon, par un autre sage et sobre : car le mélange de l'eau avec le vin lui ôte la puissance de nuire, et non pas ensemble la force de profiter : aussi ne devons-nous pas arracher ni détruire la poésie, qui est une partie des lettres et des muses¹⁵.

Selon le mythe rapporté par Diomède dans l'*Illiade* (VI, 120-130), Lycurgus (littéralement *celui qui refoule le loup*), roi de Thrace, avait poursuivi Dionysos et ses nourrices, les nymphes, pour les exterminer.

14. Lettre de Rousseau à Madame d'Épinay, dans *Correspondance complète de Jean-Jacques Rousseau*, édition critique établie et annotée par R. A. Leigh, Oxford, The Voltaire Foundation, 1965-1998, vol. II, p. 225.

15. « Comment il faut que les jeunes gens lisent les poètes, et fassent leur profit des poésies », dans *Les Œuvres morales et meslées de Plutarque*, traduction de Jacques Amyot, Paris, Antoine Robinot, 1645, vol. I, p. 22. Nous soulignons.

ner. L'anecdote est reprise par Plutarque comme un apologue, où le vin symbolise la délectation poétique, le plaisir enivrant des fictions, et l'eau la raison philosophique qu'il faut y mêler pour en tempérer les effets.

L'écrivain convoque ici une image – celle de la *crasis*, ou mélange de vin et d'eau – familière aux Grecs, amateurs de *symposia*. On sait qu'à l'occasion de ces festins ritualisés, immortalisés par une longue tradition littéraire, le maître du banquet qui coupait le vin décidait de la proportion d'eau (2/3 ou 3/5) versée dans le cratère, ainsi que du nombre de coupes que chaque convive viderait. Le festin commençait par des libations de vin pur faites aux dieux. Le motif de la *crasis* est très présent chez Platon, et pas seulement dans le *Banquet*. Elle représente, dans le *Philèbe*, la vie mixte, mêlée de plaisir et de sagesse, et dans les *Lois*, l'équilibre de l'État garanti par des mariages tempérés et équilibrés, générant l'« heureuse alliance » des semences de l'homme et de la femme. Platon encourage ainsi le jeune homme ardent et impétueux à s'allier par mariage à une personne d'un tempérament contraire, plus modéré :

C'est qu'il n'est pas facile de concevoir que l'État doit être un mélange analogue à celui qui se fait dans le cratère, où les buveurs rempliront leurs coupes : la folie du vin qu'on y a versé bouillonne ; mais quand elle a été corrigée par la *sobriété d'un autre dieu que le sien*, alors grâce à cette *heureuse alliance*, elle donne lieu à un breuvage excellent et bien tempéré. Mais il n'y a personne qui soit capable, pour ainsi dire, de voir à plein comment cela se passe dans le mélange de semences d'où résulte un enfant¹⁶ !

Ce texte, notamment cité par Plutarque et Athénée, et critiqué par l'auteur du *Traité du Sublime*¹⁷, ne pouvait être ignoré de Rousseau, grand lecteur de Platon et notamment des *Lois*¹⁸. Les références aux

16. Cité dans Pierre Boyancé, « Platon et le vin », *Bulletin de l'Association Guillaume Budé*, n° 10, décembre 1951, p. 9. Nous soulignons.

17. Voir *ibid.*

18. M. J. Silverstone a étudié l'exemplaire personnel de Rousseau d'une édition latine des œuvres de Platon aujourd'hui conservé au *British Museum*, en signalant

œuvres de Platon ponctuent son roman, notamment pour parler de la différence ou de la rencontre des sexes. « Te souviens-tu qu'en lisant ta *République* de Platon, nous avons autrefois disputé sur ce point de la différence morale des sexes¹⁹ ? », demande Julie à Saint-Preux dans une lettre où elle développe ce thème. La représentation de l'amour prend dans le roman des colorations volontiers platoniciennes, non seulement dans le sens d'un idéalisme purificateur, mais aussi pour évoquer l'émoi amoureux dans sa dimension érotique. « La véritable philosophie des Amants est celle de Platon ; durant le charme, il n'en ont jamais d'autre. Un homme ému ne peut quitter ce philosophe », glose l'éditeur-auteur, en note d'une lettre de Julie à son ami²⁰.

L'extrait des *Lois* cité plus haut nous amène à des considérations éclairantes pour la *Nouvelle Héloïse*. D'une part, il nous rappelle que le motif de la *crasis* doit s'entendre dans sa dimension premièrement sexuelle. Dans l'imagination matérielle de Platon exprimée dans le *Timée*, le vin est un suc qui renferme du feu, raison pour laquelle il préconise dans les *Lois* de l'interdire aux jeunes gens de moins de dix-huit ans (« ils ne doivent pas [...] faire couler du feu par-dessus du fer, et [...] ils doivent se tenir en garde contre ces dispositions fougueuses qui caractérisent la jeunesse²¹ »). Or, comme l'écrit Bachelard, « l'imagination matérielle unit l'eau à la terre ; elle unit l'eau à son contraire le feu » :

À ce caractère dualiste du mélange des éléments par l'imagination matérielle, il y a une raison décisive : c'est que ce mélange est toujours un mariage. En effet, dès que deux substances élémentaires s'unissent, dès qu'elles se fondent l'une dans l'autre, elles se sexua-

cinq dialogues particulièrement annotés, dont celui des *Lois* (voir « Rousseau's Plato », *Studies on Voltaire and the Eighteenth Century*, n° 116, 1973, p. 235-249).

19. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 128.

20. *Ibid.*, p. 223. Cette note, qualifiée par Bernard Guyon d'« équivoque », est à prendre de manière semi-ironique selon le commentateur, qui considère, avec Pierre Burgelin, que la leçon du roman est une « réaction contre le platonisme idéaliste » au nom d'une philosophie de l'incarnation (p. 1465 du vol. II des *Œuvres complètes*).

21. Platon, *Lois*, II, 666a, traduction de Léon Robin, dans *Œuvres complètes*, vol. II, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1950, p. 692.

lisent. Dans l'ordre de l'imagination, être contraire pour deux substances, c'est être de sexes opposés²².

Rousseau n'ignorait pas la pensée de Platon sur ce point, puisqu'il reprend à son compte, dans la *Lettre à d'Alembert* et encore dans *La Nouvelle Héloïse*, la distinction platonicienne des âges de la vie dans la consommation du vin. Car si l'ivresse est interdite au jeune homme déjà trop ardent, selon le législateur, une légère ébriété est recommandée au vieillard, qu'il convient de ragaillardir « de même qu'en plongeant le fer dans le feu on le rend malléable et ainsi plus facile à travailler²³ ». Ainsi fait Julie lorsqu'elle accueille « quelque bon vieillard » : elle « le place à côté d'elle, le sert, le caresse, lui parle avec intérêt ». « Le vieillard enchanté se livre à l'épanchement de son cœur [...]. Le vin bu à la santé d'une jeune dame en réchauffe mieux son sang à demi glacé²⁴ ». Julie ne paraît pas prendre ombrage d'un désir naturellement tempéré par l'âge, mais elle coupe le vin du trop ardent Saint-Preux, en l'éloignant, comme elle coupe son désir propre, au point de se féliciter, dans la continuité des perspectives de régulation des mariages prévues par les *Lois*, d'une alliance avec le froid Wolmar, alliance qu'elle décrète plus heureuse que n'eût été son union avec son jeune amant.

Le motif du vin coupé d'eau dans *La Nouvelle Héloïse* comporte donc, *a minima*, deux dimensions : l'une érotique, touchant à la puissance subversive du désir ; l'autre poétique, interrogeant la place du plaisir de la fiction. Cette seconde dimension correspond à la perspective de Plutarque dans le traité auquel Julie fait allusion. Sa place est loin d'être anecdotique pour celui qui s'est donné pour devise de consacrer sa vie à la vérité (*vitam impendere vero*²⁵) ; pour l'auteur surtout d'une longue *Lettre à d'Alembert sur les spectacles* destinée

22. Gaston Bachelard, *L'Eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière*, Paris, Corti, 1942, p. III-II2.

23. Platon, *Lois*, II, 666c, *op. cit.*, p. 693.

24. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 554-555.

25. « *Vitam impendere vero*. Voilà la devise que j'ai choisie et dont je me sens digne », lit-on dans une note de la *Lettre à d'Alembert sur les spectacles* (*op. cit.*, p. 120). On trouve aussi cette citation de Juvénal en épigraphe des *Lettres écrites de la montagne*.

à avertir le public des dangers de la fiction, notamment amoureuse. Publier un roman d'amour tel que *La Nouvelle Héloïse* était donc *a priori* une hérésie, comme il en convient dans les *Confessions*²⁶. C'est d'ailleurs sous le coup d'une *ivresse* alimentée par ses rêveries érotiques que Jean-Jacques avait entamé la rédaction des lettres des deux amants :

Mon sang s'allume et pétille, la tête me tourne malgré mes cheveux déjà grisonnants [...]. L'ivresse dont je fus saisi, quoique si prompte et si folle, fut si durable et si forte, qu'il n'a pas moins fallu, pour m'en guérir, que la crise imprévue et terrible des malheurs où elle m'a précipité²⁷.

Encore fallait-il donner une caution morale au roman, ce que le romancier fait *a posteriori*, dans une préface dialoguée où il annonce qu'il a « changé de moyen²⁸ » par rapport au temps des premiers discours et de sa *réforme*. Il ne s'agit plus de proposer au public la vérité ou la « raison nue²⁹ », mais, reprenant à son compte la poétique de Lucrèce et du Tasse dans la *Jérusalem délivrée*, d'enduire de miel les bords de la coupe contenant l'amer remède³⁰. Notons à cet égard que l'*utile dulci* horacien est, lui aussi, littéralement, un breuvage mélangé : « *Omne tulit punctum qui miscuit utile dulci, / Lectorem delectando pariterque monendo* » (« Il enlève tous les suffrages, celui qui mêle l'agréable à l'utile, sachant à la fois charmer le lecteur et

26. « Après les principes sévères que je venais d'établir avec tant de fracas, après les maximes austères que j'avais si fortement prêchées, après tant d'invectives mordantes contre les livres efféminés qui respiraient l'amour et la mollesse, pouvait-on rien imaginer de plus inattendu, de plus choquant que de me voir tout d'un coup m'inscrire de ma propre main parmi les auteurs de ces livres, que j'avais si durement censurés ? » (Jean-Jacques Rousseau, *Confessions*, dans *Œuvres complètes*, vol. I, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », p. 434-435).

27. *Ibid.*, p. 427.

28. Seconde Préface de *La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 17.

29. *Ibid.*

30. « *Così all'egro fanciul porgiamo asperse / Di soave licor gl'orli del vaso ; / Succhi amari ingannato in tanto ei beve, / E dall' inganno suo vita riceve* ». « C'est le miel dont il faut enduire les bords du vase pour faire prendre une liqueur salubre aux enfants », traduit Rousseau dans la version qu'il proposera ultérieurement du chant I de la *Jérusalem délivrée* (voir le vol. V des *Œuvres complètes*, p. 1277).

l'instruire³¹ »). Le poète est invité à *mêler l'agréable à l'utile*, au sens où, selon la formule en usage, on *coupe* le vin d'eau³².

Le motif du vin coupé d'eau comporte donc une symbolique triple, induisant à la fois une érotique (l'eau tempérant le feu du désir), une éthique et une poétique du mélange (le vin pur représentant le plaisir potentiellement subversif de la fiction et l'eau la raison philosophique ou l'utile qu'il doit servir).

Quelles formes ce mélange prend-il dans *La Nouvelle Héloïse* ? Julie, et *a fortiori* Mme de Wolmar n'a de cesse, on l'a dit, de couper le vin trop capiteux et trop fort de son ancien ami. À la suite de son premier débordement, elle réengage Saint-Preux à l'usage du vin coupé d'eau, après lui avoir servi une coupe à demi pleine de vin pur. Personnage apollinien, en même temps qu'elle enivre de son charme, la jeune femme ajoute l'eau lustrale propre à préserver son amant des débordements dionysiaques. Si dans la maison close où il se trouve ensuite pris à Paris, la *crasis* est vaine (car Saint-Preux coupe abondamment son vin d'eau, ou du moins croit le faire), c'est que le jeune homme se laisse séduire par le vin des autres sans s'apercevoir que ce breuvage est trouble : que l'eau prétendue est vin dissimulé, vin *blanc*.

À l'inverse, lors de l'épisode célèbre de la promenade sur le lac (IV, 17), Julie retrouve son rôle de symposiarque. Cette promenade en barque entraîne les anciens amants (en l'absence de Wolmar, qui a néanmoins commandité le tête-à-tête) vers les lieux marqués par leurs premières amours. Survient une tempête qui, mettant en péril l'embarcation sur laquelle ils se trouvent, engage les rameurs, épuisés de fatigue et couverts de sueur, à redoubler d'efforts. Julie, dans ce moment, préside à l'événement, et, « mêlant dans un vase du vin avec de l'eau de peur d'ivresse », en offre aux plus épuisés, tandis que son teint s'allume du vif éclat d'un « grand feu³³ ». Le vin que Julie sert,

31. Horace, *Épître aux Pisons*, v. 333-346, traduction de François Villeneuve, Paris, Les Belles Lettres, 1955, p. 219-220.

32. Quant à savoir lequel des deux tempère l'autre, lequel est subordonné à l'autre, cela est indécidable. Selon que *dulci* est un ablatif ou un datif, on peut comprendre *tempérer l'utile par l'agréable* (tour *miscere vinum aqua*), ou *joindre l'utile à l'agréable* (si *dulci* est un datif).

33. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 516.

ayant opportunément emporté un cratère, du vin et de l'eau sur son embarcation, est déjà son sang, dans cette perspective quasi eucharistique que Rousseau choisit pour décrire la fin de la jeune femme (ici préfigurée par sa noyade, envisagée par Saint-Preux dans le même paragraphe). Mais le don de soi de Julie n'oblitére pas sa séduction – son *feu* –, voire la renforce. Il faut toute l'eau du lac, toutes les larmes versées lors de ce pèlerinage à Meillerie pour rasseoir le désir frustré du jeune homme porté à son paroxysme, et transformé en « accès de fureur³⁴ » et de rage mélancolique.

Les époux Wolmar déploient dans le domaine de Clarens une économie concertée des plaisirs licites. Deux lieux du roman sont emblématiques de cette économie : le salon d'Apollon et la fête des vendanges. Le premier est un lieu retiré dans lequel la compagnie dîne occasionnellement :

Il y a au premier étage une petite salle à manger différente de celle où l'on mange ordinairement, laquelle est au rez-de-chaussée. Cette salle particulière est à l'angle de la maison et éclairée de deux côtés ; elle donne par l'un sur le jardin, au-delà duquel on voit le lac à travers les arbres ; par l'autre on aperçoit ce grand coteau de vignes qui commence d'étaler aux yeux les richesses qu'on y recueillera dans deux mois. Cette pièce est petite : mais ornée de tout ce qui peut la rendre agréable et riante. C'est là que Julie donne ses petits festins à son père, à son mari, à sa cousine, à moi, à elle-même, et quelquefois à ses enfants. Quand elle ordonne d'y mettre le couvert on sait d'avance ce que cela veut dire, et M. de Wolmar l'appelle en riant le salon d'Apollon³⁵.

N'y sont admis que les initiés, car cet espace est sacré, et les cérémonies qui s'y déroulent conservent leur secret hors de la communauté restreinte des belles âmes : « Les simples hôtes n'y sont point admis, jamais on n'y mange quand on a des étrangers ; c'est *l'asile inviolable* de la confiance, de l'amitié, de la liberté. C'est la société

34. *Ibid.*, p. 521.

35. *Ibid.*, p. 543.

des cœurs qui lie en ce lieu celle de la table ; elle est une sorte *d'initiation* à l'intimité³⁶ ». Julie préside ces mystères, placés sous le signe d'Apollon, puisque c'est ainsi que Wolmar a éloquemment baptisé le salon (sans doute en référence amusée au salon de ce nom à Versailles).

Significativement, le salon d'Apollon est placé à l'angle de la maison. Il donne sur deux tableaux : d'un côté, le lac, de l'autre, les vignes. C'est dans ce cadre de compromis (l'eau et le vin) que Saint-Preux goûte ce qu'il nomme un « délicieux *mélange* » « de familiarité, de plaisir, d'union, d'aisance³⁷ ». Voilà le plaisir apprivoisé auquel le jeune homme peut se livrer, de sorte que c'est dans ce salon « qu'à l'instance de Julie » (et sous sa gouverne), il reprend l'usage, abandonné de longtemps, de boire du vin pur à la fin des repas. Sa consommation est possible dans ce lieu régi par la symposiarque Julie, laquelle y sert, aux hommes de sa maison, des vins de sa confection, et qu'elle a elle-même diversement assaisonnés.

Second lieu de plaisir organisé, les vendanges. Ces « saturnales » qui réunissent, tous états confondus, les membres divers de la communauté de Clarens dans un labeur festif sont qualifiées par Saint-Preux de tout à la fois « plus agréables et plus sages que celles des Romains³⁸ ». Pas de subversion carnavalesque dans cet apparent mélange. Ces dionysies lémaniques sont, elles aussi, soumises à un ordre apollinien : sur les coteaux retentissant du chant des vendangeuses se déchire « un voile de brouillard que le soleil élève au matin³⁹ », brume d'eau ensoleillée voilant le sang de la vigne au pressoir ; « et cette fête », ajoute Saint-Preux, « n'en devient que plus belle à la réflexion, quand on songe qu'elle est *la seule où les hommes aient su joindre l'agréable à l'utile*⁴⁰ ». *Miscere utile dulci*...

Les vendanges sont une fête utile, lieu d'une liberté jugulée :

36. *Ibid.*, p. 544.

37. *Ibid.*

38. *Ibid.*, p. 608.

39. *Ibid.*, p. 604.

40. *Ibid.* Nous soulignons.

Que s'il arrive à quelqu'un de s'oublier, on ne trouble point la fête par des réprimandes, mais il est congédié sans rémission dès le lendemain. Je me prévaux aussi des plaisirs du pays et de la saison. Je reprends la liberté de vivre à la valaisanne, et de boire assez souvent du vin pur : mais je n'en bois point qui n'ait été versé de la main d'une des deux cousines. Elles se chargent de mesurer ma soif à mes forces et de ménager ma raison. Qui sait mieux qu'elles comment il la faut gouverner, et l'art de me l'ôter et de me la rendre⁴¹ ?

Là encore la main des jeunes femmes est l'eau coupant le vin qu'elles versent. Elles sont les nymphes dont la simple présence, en *pharmakon*, philtre et remède, poison et contrepoison, a pour double effet de susciter le désir et de l'interdire.

La contention des anciens amants est ainsi maintenue jusqu'à la fin, la mort de Julie. Et cependant quelque rempart se rompt en ce moment de vérité. L'agonie de la jeune femme ayant tenu toute la maisonnée en haleine, elle ordonne que l'on fasse servir du vin, dont on n'avait pas bu depuis cinq jours. Or, la clef de la cave reste introuvable. Il faut alors enfoncer la porte pour que « désormais tout le monde [ait] du vin à discrétion⁴² ». Une première digue se brise.

La malade en réclame : « elle en demanda une cuillerée avec de l'eau ; le médecin le lui donna dans un verre, et voulut qu'elle le bût pur⁴³ ». Julie alors s'anime, et l'on se prend à espérer qu'elle vive. Cet espoir vain désole l'agonisante, qui glisse à son mari ces mots, qui sont aussi ses derniers : « On m'a fait boire jusqu'à la lie la coupe amère et douce de la sensibilité⁴⁴. » La formulation factitive pose la jeune femme, jusqu'alors présentée comme la *domina* de Clarens, comme la victime d'une volonté qui lui est extérieure. Le cratère se transforme en calice à l'occasion de ce dernier repas qui est aussi une cène, auréolée d'une sacralité ambiguë où se profile le double horizon de la passion consentie du Christ et de la passion subie des amants frustrés.

41. *Ibid.*, p. 609.

42. *Ibid.*, p. 731.

43. *Ibid.*

44. *Ibid.*, p. 733.

Ainsi, le motif du vin dans *La Nouvelle Héloïse* trouve des résonances multiples. Érotique : il dessine la tension entre idéalisme et incarnation dans ce roman où un platonisme réapproprié voisine avec un sensualisme épicurien partiellement fidèle à l'esprit du temps. Éthique : la composante subversive du roman qui consiste, aux yeux de son auteur, en la mise en scène de l'amour-passion n'est que partiellement compensée par le discours ouvertement prédicatif et pédagogique des personnages, l'instruction morale *redressant*, selon le mot de Gustave Lanson, le « rêve de volupté ». Poétique : le mélange de l'utile et de l'agréable également représenté par le motif du vin coupé est à la fois l'objectif déclaré du roman (dans la préface dialoguée) et un alliage dont Rousseau avait travaillé à montrer (dans la *Lettre à d'Alembert* notamment) qu'il relevait de la gageure⁴⁵. Autant de tensions qui contribuent à la fascinante complexité de *La Nouvelle Héloïse*.

Christine Hammann

ILLE (UR 4363), Université de Haute-Alsace

45. Voir à ce sujet Christine Hammann, *Déplaire à son public : le cas Rousseau*, Paris, Classiques Garnier, 2011.

Les masques du vin dans *La Nouvelle Héloïse*, ou la tentation de l'altérité

*Non in depravatis, sed in his
quae bene secundum naturam se habent,
considerandum est quid sit naturale*¹.

*Ah, je le crois ! lui répondis-je.
Que feroit-on chez un peuple qui vit pour vivre,
non pour gagner ni pour briller*² ?

Ce n'est pas un hasard si la critique a pu parler, à propos du thème du vin dans le corpus rousseauiste, d'une « pensée du vin » ou d'un « éloge du vin ». Effectivement, l'œuvre de Rousseau regorge de références œnologiques et ce motif paraît revêtir une valeur symbolique particulière. Éric Fougère, faisant le point sur les diverses tendances interprétatives du thème dans la bibliographie critique rousseauiste, relève trois aspects de sa représentation dans *La Nouvelle Héloïse*³. Le nectar de Dionysos, que Rousseau chérit et craint à la fois, vient symboliser, sur le plan philosophique, l'opposition entre nature et culture : le vin, produit de la culture, car produit élaboré, révélant la vraie nature des êtres selon l'ancien adage *in vino veritas* (le citoyen parle, à propos du vin, de « dons du père Lyée⁴ », le libérateur, selon un des aspects de Dionysos dans la mythologie grecque), permettrait de mieux thématiser la position de Rousseau entre les deux termes antinomiques⁵ ; sur le plan érotique, il projetterait le conflit entre la pulsion sexuelle et la morale de l'époque, incarnée et imposée par

-
1. Aristote, *Politique*, I, V, 1254 a : « Ce qui est naturel, ne le cherchons pas dans les êtres dépravés, mais chez ceux qui se comportent conformément à la nature ». La citation est en exergue du *Discours sur l'inégalité*.
 2. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, dans *Œuvres complètes*, vol. II, édition d'Henri Coulet, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1961, p. 80.
 3. Voir Éric Fougère, « Le vin dans *La Nouvelle Héloïse*. *In vino veritas* », *Dix-huitième siècle*, n° 29, 1997, p. 199-210.
 4. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 604.
 5. Timothy Scanlan, « Jean-Jacques Rousseau et le vin », *Studia neophilologica*, n° 50, 1978, p. 293-304.

Julie⁶ ; sur le plan psychologique, enfin, le thème du vin montrerait « un conflit plus général au cœur de la personnalité de Rousseau⁷ ».

Quelle que soit la perspective selon laquelle il est envisagé, donc, le vin vient thématiser une aporie et imager la tentative de conciliation entre deux instances opposées que l'écrivain voudrait apparier et sublimer dans l'idéal d'une harmonie supérieure. C'est pour cela que, dans les pages qui suivent, nous voudrions nous concentrer sur un inflexissement de cette aporie : le rapport conflictuel et ambivalent de Rousseau avec son pays natal et son identité suisse. Dans tout le roman (et plus généralement dans toute son œuvre), le philosophe revendique son identité suisse pour contrecarrer l'image, ambiguë, de la France des philosophes – symbolisée par la ville de Paris, patrie de toutes les corruptions et de tous les vices, où l'apparence se substitue à la vérité. Mais, comme toujours chez Rousseau, les choses ne sont pas simples.

En effet, le vin est souvent l'objet, dans la narration, d'artifices qui le contrefont : il apparaît sous des formes fallacieuses qui voilent son identité. Or, cette ambiguïté entre l'être et le paraître, par ailleurs chère au philosophe, est consubstantielle d'une opposition entre d'une part l'identité suisse – qui coïncide avec une simplicité des mœurs plus proche de l'état de nature et du monde des chimères rêvé par Rousseau que ne l'est la société française dans laquelle le philosophe évolue –, d'autre part le monde urbain moderne, incarné, aux yeux du citoyen, par la France royaliste et policée. Il sera donc question de comprendre, dans cette contribution, dans quelle mesure la représentation du vin dans *La Nouvelle Héloïse* permet de dévoiler les structures profondes de la pensée rousseauiste et les attitudes implicites du philosophe vis-à-vis de sa Suisse natale, ainsi que de la France des Lumières.

6. Pierre Brunet, « Le thème du vin dans *La Nouvelle Héloïse* », *Annales de la société Jean-Jacques Rousseau*, n° 38, 1969-1971, p. 273-276.

7. Voir Éric Fougère, « Le vin dans *La Nouvelle Héloïse*. In vino veritas », art. cit., p. 201.

Du vin valaisan

Le texte de *La Nouvelle Héloïse* nous offre maints exemples de cette antithèse. Le lecteur est en effet informé assez rapidement du lien qu'entretiennent les Suisses avec le fruit des vignes, et il apprend d'entrée de jeu l'équilibre délicat qui permet de jouir du plaisir de boire sans toutefois se laisser déposséder de soi-même par l'ivresse (et il est intéressant de noter, ainsi que le fait Michèle Crogiez⁸, que les occurrences du mot ivresse dans le corpus rousseauiste relèvent plus souvent de l'amour que du vin). Dans la première partie du roman, Saint-Preux offre une description dithyrambique du vin valaisan, pur et franc, dont le seul effet est d'égayer une assemblée qui, à l'image de la boisson qu'elle chérit, vit elle-même dans la plus grande simplicité et la plus simple franchise. Rousseau fait l'éloge du vin du Valais (ou mieux, de la consommation du vin dans le Valais) à travers la plume de son héros qui, s'il se laisse enivrer par les offres copieuses de ses compatriotes, ne se sent pas pourtant en danger de dépasser les limites de la raison et de la décence, et, tout en payant « son écot » de sa raison, « ne pouvant [le] payer [...] de sa bourse », n'en raconte pas moins l'épisode à Julie sur un ton badin et délibérément naïf.

Ce qui est très significatif dans ce passage est que Saint-Preux relie d'emblée le vin à l'identité suisse. « Le moyen d'imaginer qu'un homme et un Suisse n'aimât pas à boire ? », se demande-t-il avant d'entamer le récit amusé de son ébriété valaisanne et l'éloge de la franchise que le vin favorise :

En effet, j'avoue que le bon vin me paraît une excellente chose, et que je ne hais point à m'en égayer, pourvu qu'on ne m'y force pas. J'ai toujours remarqué que les gens faux sont sobres, et la grande réserve de la table annonce assez souvent des mœurs feintes et des âmes doubles⁹.

8. Michèle Crogiez, « L'éloge du vin chez Rousseau. Entre franchise et salubrité », *DHS*, n° 29, 1997, p. 185-197.

9. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, op. cit., p. 81.

Michèle Crogiez a parlé, à propos de Rousseau, d'un éloge du vin, et en effet, dans ces lignes, on en retrouve un, à mettre sans aucun doute en relation avec les envolées lyriques de la lettre sur les vendanges¹⁰.

L'acte de boire du vin, cette « excellente chose », annonce la transparence, ou mieux, se présente comme un détecteur de l'opacité, particulièrement lorsque celle-ci prend la forme de l'hypocrisie sociale bien-pensante (« les gens faux sont sobres ») ou lorsque, par un transfert métaphorique qui revient souvent dans le roman, le comportement alimentaire symbolise le comportement social dans sa globalité¹¹. La « grande réserve de la table » et les « mœurs feintes » annoncent toutes deux des « âmes doubles » car, dans les deux cas, nous sommes en présence d'un témoignage tangible du contrôle de l'oralité et du geste qui l'accompagne : de la manducation comme de la parole. À l'inverse, les belles âmes ne craignent guère de boire cette boisson de vérité, dans la mesure où elles n'ont rien à redouter de la circulation de mots et de gestes favorisant le rapprochement avec autrui : « Un homme franc craint moins ce babil affectueux et ces tendres épanchements qui précèdent l'ivresse¹² », poursuit Rousseau. L'éloge du vin s'infléchit vers une critique sociale, voire anthropologique : puisque le vin révèle, selon l'adage des Anciens, la vraie nature des êtres, sa consommation détermine le clivage entre ceux qui, n'ayant rien à cacher au fond d'eux-mêmes, peuvent jouir de ses bienfaits en termes de sociabilité et ceux qui, craignant de révéler leurs pensées intimes ou de se déshonorer en public, ou se méfiant de leurs semblables, décident de s'en abstenir pour garder leur masque social.

Cependant, comme dans toute jouissance, il faut savoir trouver un juste dosage, un équilibre fin, une forme de sagesse qui permette de jouir du plaisir sans avoir à subir les conséquences de ses éventuels

10. Voir *ibid.*, p. 602-611, en particulier p. 604, où l'on trouve une vraie ode au vin.

11. La critique a déjà fort heureusement montré les relations entre comportement alimentaire et comportement sexuel. Voir à ce propos Pierre Brunet, « Le thème du vin dans *La Nouvelle Héloïse* », art. cit. ; et Jean-Claude Bonnet, « Le système de la cuisine et du repas chez Rousseau », *Poétique*, n° 22, 1975, p. 244-267. Nous voudrions, en revanche, montrer les glissements métaphoriques qui s'opèrent entre le vin et la théorie politique.

12. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, op. cit., p. 81.

dérèglements : « mais il faut savoir s'arrêter et prévenir l'excès¹³ ». Or, la suite de ce passage est surprenante dans un contexte comme celui de *La Nouvelle Héloïse*, où la réflexion sur la modération diabolise les excès et les condamne très fermement. Effectivement, dans les lignes qui suivent, Saint-Preux avoue, d'un ton enjoué et sans l'ombre d'un remords, qu'il ne put résister à se laisser aller à la liesse environnante et que la limite entre équilibre et excès fut franchie :

Voilà ce qu'il ne m'était guère possible de faire avec d'aussi déterminés buveurs que les Valaisans, des vins aussi violents que ceux du pays, et sur des tables où l'on ne vit jamais d'eau. Comment se résoudre à *jouer si sottement le sage et à fâcher de si bonnes gens* ? Je m'enivrais donc par reconnaissance ; et ne pouvant payer mon écot de ma bourse, je le payais de ma raison¹⁴.

Cet aveu, au lieu d'être accompagné par le remords ou la honte, est fait sur le même ton gai et vibrant du reste de la lettre, qui, rappelons-le, est une description extatique des beautés naturelles et de la communauté agreste (oserons-nous dire arcadienne ?) du Valais. L'ébriété ne coïncide pas, dans cet univers idyllique et pur, avec une souillure : tout en étant de l'ordre de l'excès, elle est réabsorbée par la bonhomie ambiante et neutralisée dans ses effets les plus honteux par le fait que, dans ce cercle d'âmes pures et simples, la corruption et la honte n'existent pas. Le mal étant absent de la communauté idéale des Valaisans (où le bonheur, ainsi que Rousseau l'écrivit un peu plus haut dans la lettre, réside dans « l'exemption des peines » plutôt que dans « le goût des plaisirs¹⁵ »), l'excès de vin ne peut y relever que d'une perte de contrôle représentée plutôt sous les traits de l'amusement comique que du dédain satirique ou moralisateur.

La consommation du vin, à l'instar de tout plaisir chez le philosophe, est certes soumise à un régime de modération qui empêche le sujet de tomber dans les excès, mais ces excès perdent leur nuisibilité

13. *Ibid.*

14. *Ibid.* Nous soulignons.

15. *Ibid.*, p. 79.

dans un cosmos restreint où le vice n'existe pas. Le refus de consommer le vin, en revanche, est symptôme de fausseté : si Rousseau, en évoquant Bacchus, pense à Lyée, le libérateur, les non-buveurs sont suspects, car leur refus de la boisson de vérité n'est pas tant le signe d'une vertu que celui d'un vice caché, que le vin pourrait révéler. Le vin est associé, chez le citoyen, à la franchise dans la mesure où il permet de (ou oblige à) jeter le masque social ; par conséquent, l'état d'euphorie qui accompagne la consommation du vin est antonymique de l'hypocrisie de la vie en société. Aussi les Suisses sont-ils représentés comme de bons buveurs : les mœurs simples et non corrompues qui sont les leurs leur permettent de boire à satiété sans crainte de révéler des secrets honteux ou compromettants. Pour les Valaisans de ce portrait, la transparence¹⁶ n'est pas problématique : ils sont ce qu'ils semblent, ils semblent ce qu'ils sont. Cette parfaite coïncidence entre l'être et le paraître leur permet de ne point redouter les effets du vin.

Néanmoins, dans le roman, il n'en va pas toujours ainsi du « fruit bienfaisant que le Ciel offre aux infortunés pour leur faire oublier leur misère¹⁷ », et Saint-Preux saura se montrer plus corrompu que ces honnêtes paysans. Très curieusement, en effet, le vin dans *La Nouvelle Héloïse* est souvent lui-même voilé d'un masque. La comparaison de deux passages très célèbres du roman qui présentent le vin sous une forme masquée nous permettra de préciser notre interprétation.

Les masques du vin

Contrepoint à la description idyllique du Valais, les nombreuses lettres relatant la vie et les coutumes des habitants de Paris permettent à Rousseau de creuser l'opposition entre un monde agreste où les hommes vivent en harmonie avec la nature, et le monde urbain moderne, dont les habitants se sont éloignés considérablement des mœurs naturelles, « perverses » par un jeu social qui, récusant

16. Rappelons brièvement la thèse, désormais classique pour la critique rousseauiste, de Jean Starobinski, selon laquelle Rousseau recherche la transparence : voir Jean Starobinski, *La Transparence et l'obstacle*, Paris, Gallimard, 1971.

17. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, op. cit., p. 604.

la transparence, est fondé sur l'artifice, le leurre, la tromperie. Il n'est donc pas étonnant, puisque le « thème du vin traverse tout le roman¹⁸ », de le retrouver au sein de ces longues descriptions. Saint-Preux est à Paris, et un banquet bien différent de la soirée du Valais à l'enseigne de l'honnêteté et de la franchise l'attend.

Le jeune homme relate à Julie l'épisode du festin parisien. Jeune provincial dans la capitale, le philosophe précepteur se laisse conduire souper chez la « femme d'un Colonel¹⁹ » par « quelques Officiers aux gardes et autres jeunes gens de nos compatriotes²⁰ ». Ces jeunes gens, auxquels l'épistolier trouve un « mérite naturel²¹ » qu'il regrette de « voir gâché par l'imitation de je ne sais quels faux airs qui ne sont pas faits pour eux²² », se moquent de le « voir conserver dans Paris la simplicité des antiques mœurs helvétiques²³ », et décident de le faire changer de ton, car, écrit encore Saint-Preux à Julie, « ils prirent mes maximes et mes manières pour des leçons indirectes dont ils furent choqués²⁴ ». Ils décident donc de le convier, à son insu, à une partie de débauche, et de l'enivrer. Victime des apparences, Saint-Preux se retrouvera entre les bras d'une courtisane. L'ébriété du jeune homme est ici néfaste, car, comme il l'écrit à Julie :

L'ivresse ne tarda pas à m'ôter le peu de connaissance qui me restait. Je fus surpris, en revenant à moi, de me trouver dans un cabinet reculé, entre les bras d'une de ces créatures, et j'eus au même instant le désespoir de me sentir aussi coupable que je pouvais l'être²⁵.

L'excès de vin, dans le contexte d'une petite société corrompue, mène à la débauche, à la honte, à la faute. Voulant s'ériger en défenseur des mœurs helvétiques, et se fiant aux dires de certains de ses compatriotes qu'il a sermonnés car ils se laissaient dénaturer par

18. Pierre Brunet, « Le thème du vin dans *La Nouvelle Héloïse* », art. cit., p. 273.

19. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, op. cit., p. 295.

20. *Ibid.*, p. 294.

21. *Ibid.*

22. *Ibid.*

23. *Ibid.*, p. 295.

24. *Ibid.*

25. *Ibid.*

la corruption de la grande ville (qui est, au passage, la capitale de la monarchie française), Saint-Preux se retrouve lui-même corrompu. Or, le processus de cette perversion fulgurante est déclenché, favorisé et mené à bien grâce au vin. Celui-ci, dont on perçoit le danger dans un contexte où rien n'est ce qu'il semble, n'a pas été épargné par la falsification générale qui a investi tous les êtres de cette scène : les prostituées déguisées en nobles dames, les Suisses s'étant revêtus des mœurs parisiennes, le vin travesti en eau.

En effet, le pauvre Saint-Preux, se rendant compte que l'alcool commence à avoir des effets dévastateurs sur son esprit et sa conscience, boit pendant toute la soirée du vin coupé avec de l'eau, afin de rester sobre. Décidé, enfin, à boire de l'eau pure pour éviter l'ivresse, il s'aperçoit que l'eau n'est pas de l'eau, mais du vin blanc :

Je sentis que ma tête s'embarrassait : j'avais toujours bu mon vin fort trempé, j'y mis plus d'eau encore, et enfin je m'avisai de la boire pure. Alors seulement je m'aperçus que cette eau prétendue était du vin blanc, et que j'avais été trompé tout le long du repas. [...] [L]e mal était fait²⁶.

On fait passer du vin, et du vin capiteux, pour de l'eau. Au-delà des informations purement événementielles que la scène nous donne sur les couleurs effectives, respectivement, du vin blanc et de l'eau²⁷, ce passage ne vise pas tant à montrer les effets délétères de l'absence de modération dans la consommation de la liqueur de Bacchus que la corruption de la grande ville : le vin, élément du décor de cette soirée sulfureuse dans un lieu mal famé qui n'est pas sans rappeler la célèbre scène du viol de Clarisse chez Richardson, grand modèle du roman rousseauiste, rentre dans le dispositif général du déguisement qui caractérise, pour Saint-Preux (et pour Rousseau), la capitale française. Saint-Preux, enivré à son insu – et quelle meilleure manière de

26. *Ibid.*

27. Voir Michèle Crogiez, « L'éloge du vin chez Rousseau. Entre franchise et salubrité », art. cit., p. 190-191. Michèle Crogiez explique que, à cette époque, la couleur de l'eau est souvent trouble et celle du vin blanc parfois plus claire que ce que nous connaissons de nos jours.

se disculper que de se déclarer victime ? – succombe à la tentation de la séduction vulgaire que représente toute cette scène. Le masque du vin est masque de la réalité plus généralement, il est un voile fallacieux qui ne peut que cacher, plutôt que révéler.

Dans une ville où rien n'est ce qu'il semble, où les apparences trompeuses ont le dessus sur la vérité, le vin blanc est « habillé » en eau, et ce masque se révèle fatal à l'innocence du héros rousseauiste : victime des apparences, Saint-Preux ne peut conserver, dans le chaos parisien, la simplicité des antiques mœurs helvétiques. Au monde innocent du Valais, où aucune nuisance ne peut résulter de la consommation, même excessive, du vin, se substitue la corruption parisienne, où le mal est « fait » avant que l'être ne puisse s'en défendre. Si les Valaisans de la première citation ne craignent pas la vérité que le vin pourrait révéler, dans la corruption généralisée de la vie sociale, de l'homme culturel, le vin devient dangereux, dans la mesure où toute forme de franchise est abolie : celle des rapports comme celle de la nature, des êtres et des choses.

De plus, le vin devient lui-même agent de perversion et de travestissement : « Au défaut de l'amour, le vin échauffait les convives²⁸ », écrit Rousseau avant de peindre une technique de séduction fondée sur l'inversion d'un ordre « naturel » des choses – « les femmes tachoient d'exciter par le desordre de leur ajustement les desirs qui l'auroient dû causer²⁹ ». Dans ce contexte, le vin blanc qui se fait passer pour de l'eau, le vin qui fait office d'aphrodisiaque en l'absence d'un réel désir sont hautement signifiants et symboliques : c'est dans le détournement de la nature des choses, et non dans leur essence, que se cache le danger.

La tentation de l'altérité

Mais la pensée rousseauiste tendant plutôt à la complexification qu'à la simplification, la représentation du vin ne permet pas de déterminer une axiologie rigidement dichotomique. En relisant les

28. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 296.

29. *Ibid.*

deux dernières parties du roman, où le thème du vin joue un rôle au moins aussi important que dans les premières, et où il est présent dans la description des vendanges³⁰, dans la vie à Clarens comme au moment de la mort de Julie³¹, force est de constater l'affirmation d'une forme positive de détournement, un masque qui ne cache plus des dangers, mais qui exprime une fidélité à soi-même. Il s'agit, dans cette dernière représentation du vin que nous allons analyser, de retrouver l'identité dans l'altérité, ou bien d'essayer de cacher l'altérité dans l'identité.

Il y a un masque que Rousseau ne paraît pas condamner. Saint-Preux raconte à Milord Bostom la vie à Clarens, quelques jours avant la célèbre cérémonie des vendanges. Désormais guéri de ses passions et de ses défauts juvéniles, l'ancien précepteur de Julie dîne avec les Wolmar, et le vin déguisé réapparaît, bien que son masque ne porte plus aucune trace de tromperie. Mme et M. Wolmar « aiment tous deux à prolonger un peu la fin du repas, à la suisse³² », explique Saint-Preux, et Julie « ne manque jamais, après le souper, de faire servir une bouteille de vin plus délicat, plus vieux que celui de l'ordinaire³³ ». Ce vin n'est toutefois pas ce qu'il semble, et Saint-Preux l'explique à Milord Édouard :

Je fus d'abord la dupe des noms pompeux qu'on donnait à ces vins, qu'en effet je trouve excellents ; et, les buvant comme étant des lieux dont ils portaient les noms, je fis la guerre à Julie d'une infraction si manifeste à ses maximes ; mais elle me rappela en riant un passage de Plutarque [...]. Le Rancio, le Cherez, le Malaga, le Chassaigne, le Syracuse, dont vous buvez avec tant de plaisir, ne sont en effet que des vins de Lavaux diversement préparés, et vous pouvez voir d'ici le vignoble qui produit toutes ces boissons lointaines³⁴.

30. Voir la lettre VII de la cinquième partie, déjà citée.

31. Dans ce passage, le thème apparaît sous une symbologie décidément christique. Les dernières paroles de Julie mourante sont dues au vin de Malaga qu'elle a bu pour accompagner son entourage et le docteur.

32. *Ibid.*, p. 552. Nous soulignons.

33. *Ibid.*

34. *Ibid.*

Fidèle à elle-même et à la philosophie autarchique de Clarens, Julie prépare tous les vins du monde à partir de son vignoble. Loin de porter la marque infamante de l'artifice trompeur, ces vins sont le produit d'un déguisement superficiel qui vise à éviter la circulation de vins dont la nature frelatée produit des simulacres de vérité, fruits d'un pervertissement essentiel. Peut-être « inférieures en qualité aux vins fameux dont elles portent les noms, [ces boissons] n'en ont pas les inconvénients ; et, comme on est sûr de ce qui les compose, on peut au moins les boire sans risque³⁵ ». Julie pare de vrais vins d'une fausse appellation pour remplacer et éviter de faux vins circulant sous le nom d'une appellation socialement reconnue.

Au sein du paradis utopique de Clarens, nous retrouvons un renversement de la scène parisienne, opposée, celle-ci, au dîner dans le Valais. Clarens est un lieu où la vertu et la transparence règnent en souveraines parce que l'état de simplicité y a été restauré par Wolmar ; Saint-Preux y est en sécurité dans un cercle restreint d'amis ; le vin vient prolonger le repas, « à la suisse », et Julie s'amuse d'une « innocente plaisanterie ». Comme l'épistolier lui-même l'admet, il est d'abord la « dupe » de cette supercherie et de ces noms pompeux. Mais ici le masque du vin ne vient pas arracher Saint-Preux à ses principes, à ses antiques mœurs helvétiques ; au contraire, il lui permet de rappeler à Julie elle-même ses propres maximes, et de réaffirmer, aux yeux du lecteur et par le truchement de Lord Bostom, destinataire de la lettre, la fidélité de la communauté de Clarens à la nature, au terroir, à la Suisse des anciennes mœurs – qui se trouve coïncider avec un état de nature idéalisé qui parcourt toute l'œuvre politique du philosophe.

Quelques pages plus bas dans le roman, Saint-Preux sera initié aux mystères de la préparation de ces vins exquis, dont Julie s'occupe personnellement, et qu'elle boira au moment de sa mort. Les nombreuses références à ces vins dans la dernière partie du roman laissent penser que ce motif a, encore une fois, une haute valeur symbolique. Bien sûr, l'absence de vins étrangers dans la cave de Julie ne va pas sans évoquer la cave de Mme de Warens, où, dit Jean-Jacques dans les

35. *Ibid.*

Confessions, on ne trouvait aucun vin étranger³⁶. Toutefois, cette image du vin de Clairvaux qui devient « les vins de tout l'univers³⁷ », comme l'écrit Claire, montre la présence d'une comparaison/confrontation : à la différence de Mme de Warens, Julie se vante d'avoir dans sa cave des vins étrangers qui, certes, sont des vins du terroir, mais qui deviennent la preuve tangible de la présence de l'extérieur (du moins sous la forme d'un simulacre) dans la communauté fermée de Clarens. Julie connaît les vins « à la mode » et s'efforce de les reproduire pour éblouir les siens et ses hôtes. Elle inocule, si l'on ose dire, l'altérité dans le même, et ce faisant, témoigne d'une tentation : celle de l'étranger et de l'extérieur qui viennent en permanence créer une tension dans l'utopie instable de Clarens. Sa supercherie, certes, n'est en rien comparable au masque du vin blanc parisien, mais elle n'est pas moins une dissimulation de la vérité, un mensonge, une fausse apparence. Saint-Preux n'en est plus dupe et la mystification devient innocente parce qu'elle ne dérive pas d'une mauvaise intention et se transforme presque en jeu, en *shibboleth* pour les initiés. L'ancien précepteur de Julie se situe en effet, désormais, parmi ceux-ci : jeune, à Paris, il se limite à consommer le vin, alors que, homme adulte, à Clarens, il se retrouve impliqué dans le processus de production du vin.

Or, de nombreuses correspondances pourraient être établies entre cette évolution du personnage romanesque et les évolutions de Jean-Jacques devenu auteur : jeune provincial qui arrive dans la grande capitale, il se laisse dans un premier temps enivrer par le succès et par la séduction des philosophes et des auteurs, et en oublie ses anciennes « mœurs helvétiques ». Devenu auteur, désormais mûr, Rousseau peut masquer la vérité sous la forme d'un roman sans être dupe de ses chimères, et, comme les vins de Julie, peut être fier d'avoir gardé son identité suisse tout en prenant le nom, mondain, d'auteur.

D'ailleurs, ne dit-il pas, dans la préface, qu'il faut donner les vérités amères dans une liqueur douce, tissant ainsi l'éloge d'un artifice

36. Voir Jean-Jacques Rousseau, *Confessions*, dans *Œuvres complètes*, vol. I, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1959, p. 105. L'absence de vins étrangers est associée à la simplicité de mœurs de Mme de Warens.

37. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 638.

salutaire ? Le roman rousseauiste, comme les vins de Julie, serait-il « inférieur [...] en qualité aux [romans] fameux³⁸ », mais sans en avoir « les inconvénients » ? Et, « comme on est sûr de ce qui le [...] compose », pourrait-on « le [...] [lire] sans risque³⁹ » ? Les analogies pourraient être multipliées, qui montreraient à quel point ce motif est révélateur des oscillations identitaires dans l'œuvre de Rousseau, mais nous ne nous attarderons pas, ici, à les développer. En revanche, nous voudrions conclure sur une question et sur une hypothèse de lecture. Pourquoi le vin occupe-t-il une telle place de choix ? Est-ce seulement au nom d'une symbologie christique, ou bien pourrions-nous trouver d'autres raisons qui enrichiraient sa charge signifiante ?

Un souvenir de jeunesse

Pour répondre à cette question, relisons un souvenir de jeunesse de l'écrivain, consigné dans les *Confessions*. Sur la route vers Lyon, Jean-Jacques s'est volontairement éloigné de ses compagnons de voyage, et il est fatigué d'avoir longuement marché. Voyant la maison d'un paysan, le jeune homme s'en approche pour demander l'hospitalité : « *Je croyais que c'était comme à Genève ou en Suisse, où tous les habitants à leur aise sont en état d'exercer l'hospitalité*. Je priai celui-ci de me donner à dîner en payant⁴⁰ ». Convaincu de trouver en territoire français les mêmes antiques mœurs helvétiques, le jeune homme entre dans la maison d'un paysan et, initialement déçu par la froideur et la parcimonie de celui-ci, est bientôt agréablement surpris par le renversement de situation qui se produit lorsque l'hôte voit la bonne foi de l'appétit du jeune homme :

Ce paysan [...] jugea de la vérité de mon histoire par celle de mon appétit. Tout de suite, après m'avoir dit qu'il voyait bien que j'étais

38. C'est ce que Rousseau écrit à Malesherbes à propos de *Julie et Clarisse* : « si Julie n'a point les sublimes vertus de Clarissa, elle a une vertu plus sage et plus judicieuse » (lettre à Malesherbes, citée dans Joseph Texte, *Jean-Jacques Rousseau et les origines du cosmopolitisme littéraire*, Paris, Hachette, 1970, p. 280).

39. Jean-Jacques Rousseau, *Julie ou La Nouvelle Héloïse*, *op. cit.*, p. 638.

40. Jean-Jacques Rousseau, *Confessions*, *op. cit.*, p. 163. Nous soulignons.

un bon jeune honnête homme qui n'était pas là pour le vendre, il ouvrit une petite trappe à côté de sa cuisine, descendit, et revint un moment après avec un bon pain bis de pur froment, un jambon très appétissant, quoique entamé, et *une bouteille de vin dont l'aspect me réjouit le cœur plus que tout le reste* ; on joignit à cela une omelette assez épaisse, et je fis un dîner tel qu'autre qu'un piéton n'en connut jamais⁴¹.

La scène est racontée avec un certain enjouement, à l'instar du récit du dîner valaisan ; le jeune Jean-Jacques, affamé et fatigué, demande l'hospitalité sans connaître les coutumes locales et rencontre d'abord une curieuse méfiance, puis une générosité qu'on ne retrouve, chez le philosophe, qu'au sein du peuple. Satisfait et repu, le voyageur, ayant encore à l'esprit les mœurs helvétiques, veut régler le repas, mais le malentendu culturel réapparaît, et avec lui l'incompréhension du comportement de l'autre, suivie enfin par la résolution du mystère et la découverte d'une réalité que la Suisse ignore et qui caractérise, aux yeux du jeune homme, ce nouveau territoire et cette nouvelle forme de gouvernement qu'est pour lui la monarchie française :

Quand ce vint à payer, voilà son inquiétude et ses craintes qui le reprennent ; il ne voulait point de mon argent, il le repoussait avec un trouble extraordinaire ; et ce qu'il y avait de plaisant était que je ne pouvais imaginer de quoi il avait peur. Enfin, il prononça en frémissant ces mots terribles de commis et de rats de cave. Il me fit entendre qu'il cachait son vin à cause des aides, qu'il cachait son pain à cause de la taille, et qu'il serait un homme perdu si l'on pouvait se douter qu'il ne mourût pas de faim⁴².

Jean-Jacques découvre les vexations auxquelles est soumis le peuple sous le régime monarchique du XVIII^e siècle et en est profondément révolté. Il prend conscience du règne du mensonge : obligé

41. *Ibid.*, p. 163-164. Nous soulignons.

42. *Ibid.*, p. 164.

de feindre d'être plus pauvres qu'ils ne le sont, les paysans mentent pour se cacher de faux voyageurs qui ne sont que des commis de justice et des agents du fisc déguisés. La scène paraît s'être gravée dans la mémoire du philosophe, au point qu'il en fait, quelques lignes plus bas, la source de « cette haine inextinguible » qu'il développera contre les abus de pouvoir des puissants :

Tout ce qu'il me dit à ce sujet, et dont je n'avais pas la moindre idée, me fit une impression qui ne s'effacera jamais. Ce fut là le germe de cette haine inextinguible qui se développa depuis dans mon cœur contre les vexations qu'éprouve le malheureux peuple, et contre ses oppresseurs⁴³.

La comparaison implicite entre la France (où, rappelons-le, la culture de la vigne est soumise à une autorisation royale jusqu'en 1759⁴⁴) et sa Suisse natale va de pair avec le constat des oppressions du peuple dans les grandes monarchies et avec la découverte troublante de l'omniprésence du mensonge dans la civilisation.

La présence significative du motif du vin et la miniature de l'utopie de Clarens que représentent les vendanges, avec la transparence qui caractérise cette fête, nous semblent éclairées par ce souvenir : Julie et Wolmar peuvent cultiver (et mélanger) le vin à leur guise, et la production chez eux n'est soumise à aucune contrainte. Citoyens, et non sujets, ils peuvent essayer de recréer une société à l'enseigne de la transparence, bien que la perfection de celle-ci soit lézardée par la tentation de l'extérieur, de l'autre, de l'étranger qu'on a vue à l'œuvre dans les vins de Julie. La production du vin vient donc concrétiser et imaginer une manière d'être au monde, et le motif rentre de la sorte dans la constellation de la théorie politique rousseauiste.

Marilina Gianico

ILLE (UR 4363), Université de Haute-Alsace

43. *Ibid.* Nous soulignons.

44. Voir, pour un état de la question, Jean Bart et Élisabeth Wahl, « De grappe en verre : état des questions », *DHS*, n° 29, 1997, p. 7-16.

Baudelaire, de l'ivresse à l'extase

Nombreux sont les auteurs qui, de l'Antiquité à nos jours, ont célébré les vertus du vin et en même temps mis en garde contre ses dangers. Dans sa *Vie de Lycurgue*, Plutarque raconte qu'à Sparte, cité guerrière, célèbre pour l'attention particulière qu'elle a portée à la santé et à la vigueur de ses enfants, les nouveau-nés étaient baignés non pas dans de l'eau, mais dans du vin, car au contact de cette liqueur, les enfants malades mouraient, tandis qu'à ceux qui avaient « une complexion saine, le vin donn[ait] une meilleure trempe, et leur corps s'endurci[ssait] » (chap. XXV).

Ce n'est là qu'un exemple parmi beaucoup d'autres qui illustre les qualités ambivalentes du vin : il fortifie les forts et tue les faibles. D'ailleurs, le dieu du vin, Dionysos, n'est-il pas lui-même le dieu de l'ambiguïté ? S'il a enseigné aux hommes le bon usage du vin, il leur a aussi montré le chemin de la transgression. C'est le dieu qui brouille les frontières, les distinctions entre le masculin et le féminin, entre le fou et le sage, entre le sauvage et le civilisé. Il procure la joie et l'extase, mais conduit aussi à la « folie sanguinaire » telle que la représentent les *Bacchantes* d'Euripide. Le vin est donc le *pharmakon* par excellence, remède et poison à la fois.

Or, ce *pharmakon*, ce remède, est indispensable à l'homme depuis toujours et à l'homme moderne en particulier, celui-ci ne pouvant plus s'enchanter du monde, puisque les dieux s'en sont retirés ou qu'ils sont morts. Ce qui n'était encore qu'ennui chez Pascal est devenu mélancolie chez Chateaubriand, puis spleen chez Baudelaire, nausée chez Sartre et vaine attente chez Beckett. Pascal faisait le pari de la foi. Mais Baudelaire, très pascalien par ailleurs, est écrasé par le fardeau du temps. Il a beau reconnaître la prière « comme un réservoir de force » (*Fusées*, VIII), il adresse plus souvent ses litanies à Satan. Et c'est aux médecines du diable, à l'opium et au hachisch, qu'il demande de lui faire oublier la détresse de sa condition. Quitte à payer le prix fort de ses illusions.

Cette condition de l'homme moderne, c'est donc d'abord celle d'un homme sans dieu, écartelé entre le spleen et l'idéal. Il ressemble à ce *Tasse en prison* peint par Delacroix et évoqué par Baudelaire

d'après l'œuvre du peintre, une « Âme aux songes obscurs, / Que le Réel étouffe entre ses quatre murs¹ ». De cette prison, le poète cherche à s'évader, tantôt en essayant de fuir vers le monde extérieur, tantôt en s'insurgeant dans un mouvement de révolte, ou encore en donnant libre cours à son indignation par le blasphème. Mais aussi à l'aide du vin, ce puissant *pharmakon* qui apaise, réconforte et fait voir la vie en beau. Il existe un poème en prose, « Le mauvais vitrier », dans lequel le poète bouscule le vitrier qu'il a appelé, le pousse dans l'escalier, lui fait écraser sa fragile cargaison, parce qu'il n'a pas de verres de couleur, des verres qui fassent voir la vie en beau. Le vin, pour Baudelaire, c'est l'équivalent de ces verres de couleur.

Les poèmes des *Fleurs du Mal*, dans la première édition de 1857, sont répartis en cinq sections, et en six dans la deuxième, de 1861, devenue nécessaire en raison du procès et de la condamnation de six poèmes pour outrage à la morale publique et aux bonnes mœurs. Et l'une de ces sections, dans les deux éditions, est précisément intitulée « Le vin ». Le livre, dans son ensemble, retrace l'itinéraire d'une recherche, d'une quête spirituelle, qui, finalement, ne peut trouver son accomplissement que dans la mort. Or, sur le chemin, sur le parcours de cette quête, l'étape que représente la section « Le vin » est d'un intérêt particulier, et ceci pour au moins trois raisons.

D'abord, les poèmes qui composent cette section sont d'une tonalité très différente du reste du livre : ils rendent – chose rare chez Baudelaire – un son presque optimiste. Ensuite, ces poèmes comptent parmi les plus anciens que Baudelaire ait écrits. On sait que le poète a composé quantité de pièces autour de sa vingt-cinquième année, mais qu'il ne les a publiées qu'une dizaine, voire une quinzaine d'années plus tard. Jusqu'à son trentième anniversaire, il s'est construit la légende d'un poète inédit qui par ailleurs était connu comme critique d'art et comme traducteur de Poe. Enfin, troisième raison, de la première à la deuxième édition de son recueil, Baudelaire a déplacé cette section dédiée au vin. Elle se trouvait d'abord à l'avant-dernière place, après « Les fleurs du Mal » et « La révolte », juste avant « La mort ».

1. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. I, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1975, p. 169.

Mais Baudelaire l'a fait remonter de deux crans pour la placer avant « Les fleurs du Mal », juste après la section nouvelle de 1861 – celle des « Tableaux parisiens ». Quand on sait le prix que Baudelaire attachait à l'architecture de son recueil, ce déplacement n'est pas anodin.

Dans la section « Le vin », nous rencontrons un Baudelaire inhabituel, animé par un romantisme généreux, grand lecteur de Proudhon, familier de Courbet, ami de Pierre Dupont. Dans ces cercles, il existait, dans les années 1830 et 1840, une tradition qui célébrait le vin comme un don que Dieu a fait aux travailleurs. Le vin est présenté comme le réconfort des malheureux, comme le consolateur du pauvre. Cette tradition, c'est une page d'un auteur que Baudelaire fera plus tard profession d'exécrer qui la représente mieux que n'importe quelle autre, comprenez une page de George Sand, de « la femme Sand », qui notait dans les *Lettres d'un voyageur* :

À Dieu ne plaise que je médise du vin ! Généreux sang de la grappe, frère de celui qui coule dans les veines de l'homme ! que de nobles inspirations tu as ranimées dans les esprits défaillants ! que de brûlants éclairs de jeunesse tu as rallumés dans les cœurs éteints ! Noble suc de la terre, inépuisable et patient comme elle, ouvrant comme elle les sources fécondes d'une sève toujours jeune et toujours chaude, au faible comme au puissant, au sage comme à l'insensé² !

Gardons dans l'oreille les mots de George Sand lorsque nous relisons « L'âme du vin », premier poème de la section « Le vin » :

Un soir, l'âme du vin chantait dans les bouteilles :
« Homme, vers toi je pousse, ô cher déshérité,
Sous ma prison de verre et mes cires vermeilles,
Un chant plein de lumière et de fraternité !

2. Voir la *Revue des Deux Mondes*, 15 novembre 1836. Le texte est repris en volume en 1837, 1843, 1847, 1857 et 1863, c'est dire son succès.

« Je sais combien il faut, sur la colline en flamme,
De peine, de sueur et de soleil cuisant
Pour engendrer ma vie et pour me donner l'âme ;
Mais je ne serai point ingrat ni malfaisant,

« Car j'éprouve une joie immense quand je tombe
Dans le gosier d'un homme usé par ses travaux,
Et sa chaude poitrine est une douce tombe
Où je me plais bien mieux que dans mes froids caveaux.
[...]

« En toi je tomberai, végétale ambroisie,
Grain précieux jeté par l'éternel Semeur,
Pour que de notre amour naisse la poésie
Qui jaillira vers Dieu comme une rare fleur³ ! »

Joie, réconfort, apaisement, mais aussi inspiration poétique : voilà ce que Baudelaire demande au vin. Que le vin rende « [l']univers moins hideux et les instants moins lourds », comme la beauté, dont le poète, toutefois, ne veut pas connaître l'origine (« Que tu viennes du ciel ou de l'enfer, qu'importe », écrit-il dans l'« Hymne à la Beauté »). L'évasion hors d'un monde définitivement jugé inhabitable viendra plus tard.

Cette inspiration toute romantique de la fin des années 1840, qui conduira Baudelaire à l'illusion lyrique de la révolution de Février, on la retrouve dans la première version de ce qui deviendra la première partie des *Paradis artificiels*. Il s'agit de l'essai « Du vin et du hachisch », publié dans *Le Messager de l'Assemblée* en mars 1851, juste avant que ne paraissent dans le même périodique, le 9 avril, jour du trentième anniversaire de l'auteur, onze poèmes sous un titre emprunté à Dante, *Les Limbes*.

Fidèle à une pratique expérimentée à plusieurs reprises, Baudelaire, dans « Du vin et du hachisch », a récrit en prose plusieurs poèmes de la section du « Vin ». Ainsi, nous retrouvons dans le

3. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. I, *op. cit.*, p. 105.

début du deuxième chapitre la réécriture en prose et l'amplification (parsemées de quelques pointes d'ironie, car la déconstruction s'accompagne souvent d'ironie) du poème cité ci-dessus :

Profondes joies du vin, qui ne vous a connues ? Quiconque a eu un remord à apaiser, un souvenir à évoquer, une douleur à noyer, un château en Espagne à bâtir, tous enfin vous ont invoqué, dieu mystérieux caché dans les fibres de la vigne. Qu'ils sont grands les spectacles du vin, illuminés par le soleil intérieur ! [...] D'ailleurs le vin n'est pas toujours ce terrible lutteur sûr de sa victoire, et ayant juré de n'avoir ni pitié ni merci. Le vin est semblable à l'homme : on ne saura jamais jusqu'à quel point on peut l'estimer et le mépriser, l'aimer et le haïr, ni de combien d'actions sublimes ou de forfaits monstrueux il est capable. Ne soyons donc pas plus cruels envers lui qu'envers nous-mêmes, et traitons-le comme notre égal. Il me semble parfois que j'entends dire au vin : – Il parle avec son âme, avec cette voix des esprits qui n'est entendue que des esprits. – « Homme, mon bien-aimé, je veux pousser vers toi, en dépit de ma prison de verre et de mes verrous de liège, un chant plein de fraternité, un chant plein de joie, de lumière et d'espérance⁴. »

« L'âme du vin », dans *Les Fleurs du Mal*, est suivi par « Le vin des chiffonniers », autre poème transcrit par Baudelaire dans « Du vin et du hachisch ». Le chiffonnier, aujourd'hui disparu du paysage parisien, a été un acteur très important dans l'économie de la ville au XIX^e siècle. Profession strictement réglementée, malgré les apparences bohêmes, profession indispensable non seulement à l'hygiène de la ville mais aussi à son économie, l'armée des chiffonniers n'opérait que de nuit. Elle a inspiré les poètes, les dramaturges, les artistes plastiques. Antoine Compagnon vient de lui consacrer un magnifique livre⁵. Or, Baudelaire a fait du chiffonnier un double du poète, comme le montre le texte suivant :

4. *Ibid.*, p. 379.

5. Voir Antoine Compagnon, *Les Chiffonniers de Paris*, Paris, Gallimard, 2017.

Mais voici bien autre chose. Descendons un peu plus bas. Contemplant un des ces êtres mystérieux, vivant pour ainsi dire des déjections des grandes villes ; car il y a de singuliers métiers. Le nombre en est immense. J'ai quelquefois pensé avec terreur qu'il y avait des métiers qui ne comportaient aucune joie, des métiers sans plaisir, des fatigues sans soulagement, des douleurs sans compensation. Je me trompais. Voici un homme chargé de ramasser les débris d'une journée de la capitale. Tout ce que la grande cité a rejeté, tout ce qu'elle a perdu, tout ce qu'elle a dédaigné, tout ce qu'elle a brisé, il le catalogue, il le collectionne⁶.

On voit déjà poindre ici un des thèmes favoris de Baudelaire : faire de la poésie avec un matériau qui, *a priori*, ne s'y prête pas. Transformer une matière vile en poésie, transformer la boue en or, comme il le dit lui-même dans un des projets de préface des *Fleurs du Mal*. On y reviendra plus tard.

Notons pour l'instant que cette section du vin témoigne d'un Baudelaire dont nous n'avons pas l'habitude, d'un Baudelaire pour qui la réconciliation de l'homme avec son sort ne paraît pas hors de portée. Et l'un des moyens de cette réconciliation est précisément le vin. Nous sommes encore loin des poètes maudits qui iront s'abrutir à l'absinthe, comme Rimbaud, Verlaine, Charles Cros et d'autres. C'est un Baudelaire presque unanimiste qui a écrit ces textes consacrés au vin, un révolté romantique, qui va faire le coup de fusil en février 1848, en hurlant « Il faut aller tuer le général Aupick » (son beau-père). C'est un Baudelaire qui se situe dans la tradition de Victor Hugo, de George Sand, de Proudhon, de Courbet. Une tradition qu'il ne tardera pas toutefois à renier, une fois revenu de ses illusions.

Voici un autre extrait de « Du vin et du hachisch » :

Le vin est connu de tous ; il est aimé de tous. Quand il y aura un vrai médecin philosophe, chose qui ne se voit guère, il pourra faire une puissante étude sur le vin, une sorte de psychologie double dont le

6. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. I, *op. cit.*, p. 381.

vin et l'homme composent les deux termes. Il expliquera comment et pourquoi certaines boissons contiennent la faculté d'augmenter outre mesure la personnalité de l'être pensant, et de créer, pour ainsi dire, une troisième personne, opération mystique, où l'homme naturel et le vin, le dieu animal et le dieu végétal, jouent le rôle du Père et du Fils dans la Trinité ; ils engendrent un Saint-Esprit, qui est l'homme supérieur, lequel procède également des deux⁷.

Mais cette vision irénique qui était celle du Baudelaire de la fin des années 1840 devait assez rapidement faire place à une vision plus sombre. L'échec de la révolution de 1848, puis le coup d'État, ont vite dissipé l'illusion lyrique qu'il a pu partager un moment avec d'autres romantiques. Et une double influence s'est fait sentir, qui a noirci l'image qu'il se faisait de l'homme et du monde : celle de Poe et de Joseph de Maistre. « De Maistre et Poe m'ont appris à raisonner⁸ », peut-on lire dans une des notes de *Fusées*. C'est à la lumière du premier qu'il a analysé plus tard ce qu'il appelait son « ivresse en 1848 » : « Plaisir *naturel* de la démolition⁹ ». Le mot *naturel* est souligné dans le texte, parce que l'homme est *naturellement* attiré par le mal. Il est marqué par le mal, pis : « nous sommes tous nés marquis pour le mal¹⁰ », écrit-il dans les *Notes nouvelles sur Edgar Poe. Marquis* et non pas *marqués*, comme on peut le lire dans certaines éditions, Baudelaire ayant eu soin d'apporter cette correction sur épreuve, car il voulait renvoyer au marquis de Sade. « G. Sand inférieure à Sade¹¹ », note Baudelaire à propos des *Liaisons dangereuses* de Laclos, car « le mal se connaissant [est] moins affreux et plus près de la guérison que le mal s'ignorant ».

Dans les textes que nous venons de relire, le vin apaise, console, reconforte, fait voir la vie en beau, comme ces verres de couleur que le poète réclame vainement au « mauvais vitrier » dans le poème en

7. *Ibid.*, p. 387.

8. *Ibid.*, p. 669.

9. *Ibid.*, p. 679.

10. *Ibid.*, p. 323.

11. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. II, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1976, p. 1237.

prose qui porte ce titre. Mais il est aussi question de certaines boissons plus puissantes qui font « augmenter outre mesure la personnalité de l'être pensant ». Et là, ce n'est plus tellement le vin qui est en cause. Augmenter la personnalité, se rapprocher de Dieu, voire se prendre pour Dieu, ces expressions sont déjà utilisées dans l'essai « Du vin et du hachisch », de 1851. Baudelaire rapproche les deux substances, parce qu'elles ont « quelque chose en commun : le développement poétique excessif de l'homme¹² ». Mais à la date de 1851, Baudelaire prend le parti du vin et condamne le hachisch :

Le vin exalte la volonté, le hachisch l'annihile. Le vin est un support physique, le hachisch une arme pour le suicide. Le vin rend bon et sociable. Le hachisch est isolant. [...] Le hachisch appartient à la classe des joies solitaires ; il est fait pour les misérables oisifs. Le vin est utile, il produit des résultats fructifians. Le hachisch est inutile et dangereux¹³.

On n'a pas l'habitude de lire sous la plume de Baudelaire ce genre de réflexions édifiantes. Aussi, lorsque le poète reprend son essai pour en faire la première partie des *Paradis artificiels*, le vin disparaît-il et le texte devient-il « Le poème du hachisch ». Il voisinera désormais avec *Un mangeur d'opium*, l'adaptation que Baudelaire a faite de l'*English Opium Eater* de Thomas de Quincey. Nous sommes maintenant en 1860, la situation n'est plus du tout la même.

Entre-temps, la première édition des *Fleurs du Mal* a été condamnée, la justice du Second Empire ayant jugé que six poèmes portaient outrage à la morale publique et aux bonnes mœurs. Une condamnation qui, soit dit en passant, n'a été levée qu'en 1949¹⁴. Comme nous l'avons dit, la vision de Baudelaire s'est alors considérablement assombrie par rapport à celle de 1850. Il n'adhère point à cette mythologie du progrès, véritable religion de toute l'époque que célébrait par exemple l'Exposition universelle de 1855. Religion que partageaient

12. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. I, *op. cit.*, p. 397.

13. *Ibid.*

14. Voir Robert Kopp, « Outrageantes *Fleurs du Mal* », *L'Histoire*, septembre 2007.

également la plupart des écrivains d'alors, Victor Hugo, Michelet et George Sand en tête.

Baudelaire, au contraire, ne cesse de dénoncer cette superstition moderne qui consiste à confondre progrès matériel et progrès moral :

Demandez à tout bon Français qui lit tous les jours son journal dans son estaminet, ce qu'il entend par progrès, il répondra que c'est la vapeur, l'électricité et l'éclairage au gaz, miracles inconnus des Romains, et que ces découvertes témoignent pleinement de notre supériorité sur les anciens ; tant il s'est fait de ténèbres dans ce malheureux cerveau et tant les choses de l'ordre matériel et de l'ordre spirituel s'y sont bizarrement confondues ! Le pauvre homme est tellement américanisé par ses philosophes zoocrates et industriels, qu'il a perdu la notion des différences qui caractérisent les phénomènes du monde physique et du monde moral, du naturel et du surnaturel¹⁵.

Si le vin comme *pharmakon* a désormais cédé la place au hachisch et à l'opium, c'est que le vin avait une connotation trop positive, si l'on peut dire, et ceci depuis Homère, Virgile, Pline et bien d'autres, auxquels se sont joints Rabelais, Montaigne, Molière etc. Il existe une riche tradition littéraire qui célèbre le vin, et elle le fait à juste titre. Mais les médecines dont Baudelaire use désormais pour échapper à sa condition, ce ne sont plus les médecines licites : il préfère les médecines illicites, les médecines du diable, quitte à payer sa guérison temporaire au prix fort, l'essentiel étant d'échapper à la terrible emprise du temps.

Sous l'influence des drogues, l'univers n'est pas seulement revêtu de couleurs merveilleuses, il devient intelligible, il a un sens. Non seulement l'homme est en accord avec lui-même, mais il est en accord avec le monde. Dans le chapitre intitulé « L'Homme-Dieu » du « Poème du hachisch », Baudelaire décrit ce qui n'est plus une ivresse, mais une extase : « Suivons cette procession de l'imagination humaine jusque sous son dernier et plus splendide reposoir, jusqu'à la croyance de l'individu en sa propre divinité. » On aura remarqué

15. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. II, *op. cit.*, p. 580.

le vocabulaire emprunté à la religion. Tout devient plus profond sous l'emprise des drogues, plus coloré, plus éclatant, et surtout plus intelligible. Le monde a perdu son absurdité, il a retrouvé un sens :

La sinuosité des lignes est un langage définitivement clair où vous lisez l'agitation et le désir des âmes. Cependant se développe cet état mystérieux et temporaire de l'esprit, où la profondeur de la vie, hérissée de ses problèmes multiples, se révèle tout entière dans le spectacle, si naturel et si trivial qu'il soit, qu'on a sous les yeux, – où le premier objet devient symbole parlant¹⁶.

Grâce aux analogies, grâce aux correspondances, le monde devient lisible, intelligible. C'est ce que croyaient aussi certains illuminés et certains mystiques du genre de Swedenborg ou de Fourier. Certes, le vin n'entraîne pas à ces hauteurs, et il ne provoque pas non plus les mêmes chutes. Il permet néanmoins d'alléger, ne fût-ce que modérément, le fardeau du temps. C'est pourquoi, dit Baudelaire, « [i]l faut être toujours ivre », il faut s'enivrer par n'importe quel moyen. C'est ce qu'il suggère dans le poème en prose qui nous servira de conclusion :

Il faut être toujours ivre, tout est là ; c'est l'unique question. Pour ne pas sentir l'horrible fardeau du temps qui brise vos épaules et vous penche vers la terre, il faut vous enivrer sans trêve. Mais de quoi ? De vin, de poésie ou de vertu, à votre guise. Mais enivrez-vous¹⁷.

Robert Kopp
Université de Bâle

16. Charles Baudelaire, *Œuvres complètes*, t. I, *op. cit.*, p. 430.

17. *Ibid.*, p. 337.

