



**HAL**  
open science

# Constructions savantes et légitimation des politiques européennes. La circulation des savoirs sur la vigne et le vin

Antoine Roger

► **To cite this version:**

Antoine Roger. Constructions savantes et légitimation des politiques européennes. La circulation des savoirs sur la vigne et le vin. *Revue Française de Science Politique*, 2010, 60 (6), pp.1091-1113. <10.3917/rfsp.606.1091>. <halshs-00563367>

**HAL Id: halshs-00563367**

**<https://shs.hal.science/halshs-00563367v1>**

Submitted on 14 Sep 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.



HAL Authorization

## **Constructions savantes et légitimation des politiques européennes La circulation des savoirs sur la vigne et le vin**

**Antoine Roger**

En 1994, les services spécialisés de la Commission européenne proposent de réformer l'Organisation commune de marché (OCM) qui encadre depuis 1962 l'activité vitivinicole des Etats membres. Ils entendent que la production globale de vin soit limitée dans l'espace communautaire et que les règles œnologiques en vigueur soient modifiées de façon à autoriser la chaptalisation (ajout de saccharose) dans les zones de production où elle est pour lors prohibée. Le projet se heurte à un refus ferme et résolu des principaux Etats producteurs. Les agents de la Direction générale en charge de l'agriculture et du développement rural (DG AGRI) tirent les leçons de cette expérience et mettent rapidement au point de nouvelles propositions. En se positionnant « au centre d'un réseau multiforme de circulation de l'information » et en affichant une capacité à dialoguer avec les acteurs de la filière vitivinicole, ils tentent de se légitimer face aux représentants des Etats membres<sup>1</sup>. Leur succès n'est que partiel : si une limitation de la production est bien obtenue en 1998 par le contrôle drastique des droits de plantation, une seconde revendication se heurte à une fin de non recevoir. La Commission entend que lui soit confiée la définition des normes œnologiques ; l'évolution rapide des techniques réclame selon elle une souplesse et une réactivité dont est incapable le Conseil des ministres européens de l'Agriculture, jusqu'alors chargé de dresser la liste des pratiques autorisées<sup>2</sup>. Les négociateurs français refusent tout transfert de compétences sur ce plan et défendent les prérogatives du Conseil, en expliquant que la qualité des vins produits dans l'hexagone est indissociable de cadres réglementaires constitués à l'échelle nationale<sup>3</sup>. Après quelques années de temporisation, une nouvelle réforme de l'OCM est proposée. Dans un document publié le 22 juin 2006, Mariann Fischer Boel, Commissaire européen en charge de l'Agriculture et du développement rural, annonce qu'elle entend faire évoluer « le modèle viticole européen, majoritairement artisanal et trop dépendant de subventions », vers « un modèle plus industriel et plus compétitif »<sup>4</sup>. La Commission entend ainsi réduire la production de vin dans l'UE, en subventionnant durant cinq ans l'arrachage de 400.000 hectares de vignes. Pour « assainir le marché », elle demande que les « producteurs

---

<sup>1</sup> Jacques de Maillard, « La Commission, le vin et la réforme », *Politique européenne*, 5, 2001, p. 74

<sup>2</sup> La Commission demande que les pratiques œnologiques puissent être définies et modifiées dans le cadre du dispositif prévu pour l'application du règlement de base, c'est-à-dire par un texte qu'elle publierait elle-même, après discussion et avis du Comité de gestion des vins (organisme composé d'experts nationaux et présidé par un directeur de la DG AGRI). L'enrichissement et l'acidification des vins resteraient du ressort du Conseil des ministres européens de l'Agriculture [COM(1998) 370 final, 16 juillet 1998].

<sup>3</sup> Notons que la révision des pratiques œnologiques par le Conseil peut elle-même provoquer la polémique. Le 20 décembre 2005, les ministres européens de l'Agriculture décident d'amender le règlement 1493/1999 de l'OCM Vin par l'autorisation de plusieurs techniques jusqu'alors autorisées à titre d'essai et dont « *les résultats obtenus suggèrent qu'elles sont bénéfiques pour l'amélioration de la gestion de la production de vin et de sa conservation, tout en ne présentant pas de risques pour la santé des consommateurs* ». L'emploi des copeaux est ainsi ajouté à la liste des pratiques autorisées. Les conditions d'utilisation sont discutées par le Comité de gestion au cours du premier semestre 2006. Les experts nationaux s'affrontent pour déterminer quels types de vins sont concernés: l'Espagne refuse que le procédé soit autorisé pour ses vins d'appellation alors que l'Italie demande une extension à l'ensemble de sa production. Faute d'un accord, chaque Etat membre conserve la capacité de fixer lui-même le régime appliqué à ses vins.

<sup>4</sup> Commission européenne, « Vers un secteur vitivinicole européen durable », Communication au Conseil et au Parlement européen [COM (2006) 319, 22 juin 2006].

non compétitifs » puissent se « retirer du secteur » dans des « conditions financières satisfaisantes ». Le 1<sup>er</sup> janvier 2013, une libéralisation complète des droits de plantation devrait être engagée : les « producteurs compétitifs » restés sur le marché pourraient alors élargir leurs exploitations et accroître leur production en fonction de leur capacité à exporter. Les aides à la distillation, jusqu'alors versées par la Commission pour permettre aux viticulteurs d'écouler leurs stocks non vendus, seraient remplacées par des « enveloppes nationales » destinées à la promotion des vins européens sur les marchés extérieurs. Une transformation de la nomenclature permettrait de simplifier l'étiquetage des produits et d'obtenir une meilleure lisibilité dans les pays tiers : des « vins sans indication géographique » pourraient porter seulement la mention d'un cépage et d'un millésime. La Commission devrait enfin se voir confier le contrôle des pratiques œnologiques en lieu et place du Conseil, afin de faciliter un alignement – purement technique – sur les évolutions enregistrées dans les autres zones de production. Ces propositions suscitent des réactions hostiles dans la plupart des Etats producteurs. Elles n'en amorcent pas moins une négociation. Un texte est finalement élaboré. Il est amendé par le Parlement européen puis transmis aux experts nationaux qui participent aux activités du Comité spécial agricole (CSA) et y préparent les décisions du Conseil des ministres de l'Agriculture. La réforme de l'OCM est finalement adoptée par ce dernier le 19 décembre 2007. Au cours du processus, quelques modifications ont été introduites. L'arrachage subventionné est limité à 175.000 ha et n'est autorisé que pendant trois ans. La libéralisation des droits de plantation est reportée à 2015, une extension du délai jusqu'en 2018 étant accordée aux Etats membres qui en font la demande. Les nouvelles dispositions entrent progressivement en vigueur. Des règlements d'application sont élaborés par le Comité de gestion des vins, où des experts nationaux siègent sous la présidence d'un haut fonctionnaire européen (cf. encadré).

La mise en rapport des différentes réformes soulève une question : comment expliquer que les représentants du gouvernement français aient accepté en 2007 un transfert du contrôle sur les pratiques œnologiques refusé avec la plus grande vigueur moins de dix ans plus tôt ? Pour faire la lumière sur ce type de changement, les analyses inspirées par les théories du choix rationnel tendent à se concentrer sur le processus de négociation lui-même et à caractériser des stratégies élaborées. Un débat interne porte sur la question de savoir si la Commission a seulement le pouvoir de définir l'agenda des réformes ou si elle est en mesure d'orienter les votes au sein du Conseil<sup>5</sup>. Dans la première hypothèse, les Etats membres défendent des positions arrêtées. Les hauts fonctionnaires européens élaborent leurs propositions en anticipant les coalitions qui peuvent en résulter. En se plaçant à un point médian, ils maximisent leurs chances de succès. Pour analyser la réforme de l'OCM vitivinicole, il suffirait ainsi de considérer que la Commission a pris en compte les réactions des gouvernements nationaux enregistrées en 1998 et a élaboré un nouveau projet en y glissant ça et là les réponses appropriées : des mesures favorables à tel Etat membre auraient permis de le gagner à la réforme et d'éviter que ne se forme un front du refus. L'hypothèse alternative met l'accent sur des positions évolutives, révisées au cours des discussions. Elle invite à considérer que les services de la DG AGRI ont sciemment introduit des points de crispation dans la liste de leurs propositions pour arriver à des compromis et donner aux gouvernements récalcitrants l'impression d'avoir été entendus au final (arrachage ; droits de plantation), tout en tenant d'autres chapitres à l'écart des débats (pratiques œnologiques). Ce jeu à double niveau serait appuyé sur un art consommé de la controverse : en polarisant l'attention

---

<sup>5</sup> Voir par exemple : George Tsebelis, Geoffrey Garrett, « Agenda Setting Power, Power Indices, and Decision Making in the European Union », *International Review of Law and Economics*, 16(3), 1996, p. 345-361 ; Susanne K. Schmidt, « Only an Agenda Setter ? The European Commission's Power over the Council of Ministers », *European Union Politics*, 1 (1), 2000, p. 37-61.

d'acteurs très divers, certaines questions produiraient un effet de brouillage. Là encore, il serait possible d'établir que la Commission a déployé une stratégie particulièrement efficace en 2007, grâce aux leçons tirées de ses échecs antérieurs. Par delà leurs divergences, les deux analyses attribuent un rôle décisif aux calculs des hauts fonctionnaires européens. Nous prenons le parti de rompre avec ce postulat pour raisonner plutôt en termes de construction des problèmes publics, en examinant les positions sociales des agents impliqués et en caractérisant des espaces d'affrontement multiples dont nul ne contrôle précisément les évolutions ni les interactions<sup>6</sup>. Il convient alors de déplacer l'éclairage vers les luttes de légitimation dans lesquelles s'insèrent les choix effectués par les hauts fonctionnaires européens : selon notre analyse, la clé du changement enregistré en 2007 ne se trouve pas dans le processus de négociation lui-même, mais dans des rapports de force plus généraux établis en amont.

Un facteur de variation peut être trouvé dans les argumentaires qui accompagnent les projets de réforme. En 1998 pas plus qu'en 1994, la Commission européenne n'est en mesure d'arrimer ses propositions à un « récit de politique publique » (*policy narrative*) et de les justifier en se référant à des principes généraux<sup>7</sup>. Son attachement à obtenir le contrôle des pratiques œnologiques n'est pas perçu comme l'expression d'une nécessité logique, inscrite dans le sens de l'histoire. En 2007, par contraste, quelques idées simples et clairement articulées donnent une cohérence aux mesures préconisées et les inscrivent dans une perspective de longue durée. L'accent est systématiquement placé sur la figure du « nouveau consommateur », elle-même mise en rapport avec la montée en puissance du « Nouveau Monde » sur les marchés internationaux<sup>8</sup>. Trois propositions principales sont énoncées : 1) à l'échelle mondiale, une « demande » se forme de façon autonome pour des vins plus standardisés, dont les propriétés ne varient pas d'un millésime à l'autre et dont l'identification est facilitée par l'affichage du seul cépage ; 2) les producteurs du « Nouveau Monde » sont capables de répondre à cette « demande » mieux que leurs concurrents européens : leur capacité de production n'étant pas limitée par des droits de plantation, des exploitations immenses sont constituées qui permettent de recourir à la mécanisation et de réduire les coûts de production ; la concentration de l'offre entre les mains de quelques entreprises permet de développer un marketing très efficace, qui valorise principalement la référence au cépage ; la réglementation des pratiques œnologiques est souple, ce qui permet de contrôler totalement la vinification et d'assurer une qualité constante des produits, adaptée aux « préférences » des consommateurs<sup>9</sup> ; 3) une réforme de la viticulture européenne doit aider à regagner des parts de marché : pour lutter à armes égales avec les concurrents du « Nouveau Monde », il convient de remédier à l'émiettement des exploitations, de mettre sur le marché des vins identifiés à leur cépage et d'autoriser un recours aux techniques qui permettent de contrôler totalement les propriétés du produit fini. L'argumentaire ainsi formulé prépare les esprits à la réforme et permet de la légitimer ensuite dans de multiples forums. Clé de voute de

---

<sup>6</sup> Colin Hay, Ben Rosamond, « Globalisation, European Integration and the Discursive Construction of Economic Imperatives », *Journal of European Public Policy*, 9(2), 2002, p. 147-67; Colin Hay, « Constructivist Institutionalism », dans Rod Rhodes, Sarah Binder, Bert Rockman (eds.), *The Oxford Handbook of Political Institutions*, Oxford, Oxford University Press, 2007, p. 56-74

<sup>7</sup> Un récit de politique publique est un schéma narratif qui inscrit les mesures adoptées dans une « histoire causale » pour leur donner un sens. La « dimension temporelle » permet de présenter les choix présents comme l'aboutissement logique d'un long processus (Vivien Schmidt, Claudio Radaelli, « Policy Change and Discourse in Europe. Conceptual and Methodological Issues », *West European Politics*, 27(2), 2004).

<sup>8</sup> La catégorie « Nouveau Monde » (« New World ») a été forgée par les producteurs américains et australiens au début des années 1990 pour afficher leur communauté d'intérêt face à leurs concurrents européens. Par extension, elle englobe aujourd'hui les entreprises sud-africaines, chiliennes, argentines, etc.

<sup>9</sup> Les producteurs du « Nouveau Monde » ont souvent pour avantage supplémentaire de pouvoir employer une main-d'œuvre bon marché (les exploitations californiennes ont notamment recours à des saisonniers mexicains).

l'ensemble, la figure du « nouveau consommateur » se trouve progressivement naturalisée. La réalité qu'elle recouvre n'est pas interrogée, pas plus que n'est discutée l'antériorité de la « demande » de vin sur « l'offre » des producteurs.

La mise en évidence du rôle joué par l'articulation des principes qui appuient une réforme n'implique pas d'accorder une force autonome aux idées et aux discours<sup>10</sup>. La figure du « nouveau consommateur » ne surgit pas par génération spontanée. Elle n'est pas appropriée de façon aléatoire. Il importe de restituer sa trajectoire et de la référer à des luttes entre des agents socialement situés. En d'autres termes, le questionnement né du contraste entre les processus de réforme successivement engagés par la Commission doit être reformulé sur un nouveau plan : pourquoi l'argumentaire mobilisé en 2007 n'a-t-il pu l'être dès 1998 ? Nous tenterons de livrer quelques éléments de réponse en portant l'éclairage sur le rôle joué par les constructions savantes formées autour de la vigne et du vin et sur les luttes académiques pour le monopole de l'expertise. Une double mise en perspective est alors nécessaire. Il importe en premier lieu de replacer la réforme de l'OCM dans la longue durée et de considérer la façon dont, à l'échelle nationale, les catégories mobilisées dans l'analyse des activités vitivinicoles se sont imposées ; en étudiant la structuration antérieure de l'espace des contraintes, nous pouvons mesurer avec plus de circonspection l'importance des changements introduits en 2007. Il s'agit en second lieu d'examiner avec minutie les liens noués à chaque période entre les entreprises engagées dans l'économie vitivinicole, le monde académique et les pouvoirs publics. Pour réformer le marché à leur avantage, les premières peuvent chercher un « déclassement des agents liés aux formes précédentes de commercialisation ». Les catégories savantes leur fournissent quelques armes, dans la mesure où « un des effets de la théorie est de donner leur sens aux pratiques marchandes courantes en les discréditant ou en les consacrant »<sup>11</sup>. En sens inverse, chercheurs et universitaires peuvent se référer à des « impératifs économiques » pour construire la valeur sociale de leur travail et l'imposer contre des hiérarchies qui les défavorisent. Les pouvoirs publics scellent cette alliance en œuvrant à la « connexion intime » des différents « modes de mise en forme du monde social ». En reprenant à leur compte le schéma d'analyse qui sert à la fois des intérêts économiques et des carrières académiques, ils travaillent à son « autonomisation » et lui donnent la force de l'évidence<sup>12</sup>.

Ces clés de lecture amènent à caractériser la figure du « nouveau consommateur » comme le point de ralliement de différents agents qui œuvrent au renversement d'un dispositif de régulation séculaire. En France, des liens étroits ont été noués partir du XIXe siècle entre organisations de viticulteurs, corporations savantes et pouvoirs publics. Le système des appellations d'origine contrôlée et la gestion nationale des pratiques œnologiques autorisées sont le produit de cette coalition. Leur institutionnalisation repose sur un croisement d'intérêts et ne pourrait être reconduite si l'une ou l'autre des parties venait à faire défection. L'équilibre étant maintenu en 1998, les experts français refusent avec fermeté le transfert à la Commission des pratiques œnologiques. Le pilier académique sur lequel ils prennent appui ne tarde pourtant pas à être ébranlé, ce qui provoque un basculement de l'édifice tout entier. La

---

<sup>10</sup>Niilo Kauppi, *Democracy, Social Resources and Political Power in the European Union*, Manchester, Manchester University Press, 2005

<sup>11</sup> Marie France Garcia-Parpet, « Représentations savantes et pratiques marchandes », *Genèses*, n°25, 1996, p. 59.

<sup>12</sup> Louis Pinto, « Le consommateur : agent économique ou acteur politique », *Revue française de sociologie*, 31(2), 1990, p. 180. Au cours des années 1970, et dans un autre registre, la presse spécialisée (*50 millions de consommateurs*, *Que choisir* ?) a contribué à « autonomiser la figure du consommateur par rapport aux différents univers sociaux auxquels elle était jusqu'alors associée » (juristes, économistes, experts, militants) (idem, p. 194).

construction et l'affirmation du « Nouveau Monde » sont portées par de nouveaux savoirs spécialisés. Des chercheurs américains, australiens et sud-africains développent des représentations de l'activité vitivinicole qui servent les stratégies commerciales des entreprises auxquelles ils sont liés. Ils enrôlent des collègues français qui se trouvaient jusqu'alors marginalisés par la structuration antérieure de leur espace académique et qui trouvent dans l'importation des références étrangères un moyen de renverser la hiérarchie établie. Ainsi prend forme le discours sur les nouvelles formes de consommation et sur la nécessité de réorganiser la production européenne pour s'y adapter. La Commission européenne s'en empare et travaille à l'« autonomisation » des catégories d'analyse mobilisées. Tenues à l'écart de la coalition précédente au bénéfice des organisations de viticulteurs, les entreprises de négoce reprennent le propos à leur compte. Une nouvelle alliance prend forme qui délégitime rapidement l'ancienne et fait passer pour obsolètes ou rétrogrades les jugements sur lesquels elle était fondée. Les experts français intègrent sur le mode de l'évidence l'existence du « nouveau consommateur » et voient dans le transfert du contrôle sur les pratiques œnologiques la traduction technique d'une nécessité historique<sup>13</sup>.

### Calendrier de la réforme de l'OCM vitivinicole amorcée en 2006

**16 février 2006.** Un séminaire est organisé à Bruxelles à l'initiative de la Commission. Sous le titre « Défis et perspectives d'avenir pour les vins européens », il réunit une centaine de participants impliqués dans la filière vitivinicole (syndicalistes ; négociants ; représentants de la grande distribution ; chercheurs...) et des agents de la DG AGRI.

**2 juin 2006.** A l'initiative du cabinet de Mariann Fischer Boel, un texte programmatique est publié sous le titre *Vers un secteur vitivinicole européen durable* (cf. supra)

**22 février 2007.** Un rapport d'initiative préparé par la Commission Agriculture et développement rural du Parlement européen (COMAGRI), sous l'autorité de la députée européenne grecque Katarina Batzeli (PSE), est adopté par le Parlement européen en séance plénière. Il reproche à la Commission européenne d'envisager « une restructuration de la viticulture européenne qui aboutira à une concentration de la production entre les mains de quelques grosses exploitations vitivinicoles et à une uniformisation des vins produits ».

**4 juillet 2007.** La Commission européenne publie un projet de réforme de l'OCM vitivinicole. Elle entend pouvoir « assumer la charge de l'actualisation des pratiques œnologiques et de l'approbation de nouvelles pratiques » (à l'exception des pratiques d'enrichissement et d'acidification).

**21 novembre 2007.** Sous la direction du député européen italien Guiseppe Castiglione (PPE), la COMAGRI publie un rapport sur le projet de réforme de l'OCM. Elle refuse le transfert de compétences du Conseil vers la Commission pour l'autorisation de nouvelles pratiques. Elle s'oppose aussi à ce que les normes œnologiques de l'Organisation internationale de la vigne et du vin – moins restrictives que celle de l'UE – puissent s'appliquer aux vins européens destinés à l'exportation.

<sup>13</sup> Notre analyse est appuyée sur une recherche documentaire. Le corpus mobilisé est composé de sources publiées entre mars 1992 et octobre 2009 : nous avons procédé au dépouillement de la presse professionnelle de la filière vitivinicole (*Réussir Vigne, La journée viticole, Le journal du vin, Le Progrès agricole et viticole, Rayon boisson, Vitisphere*), des rapports de la Commission européenne, de la Commission Agriculture et développement rural du Parlement européen, de l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin, du Comité Européen des Entreprises Vins, de la Commission des Affaires économiques et du Plan au Sénat. Nous avons également exploité les minutes du Comité de gestion des vins (1998-2008) et du Groupe consultatif vitivinicole (2006-2007), de l'Intergroupe « Viticulture, tradition, qualité » au Parlement européen (2006-2008) et les transcriptions des débats au Parlement européen sur la réforme de l'OCM (2006-2007). Ont encore été passés au crible les brochures de présentation des associations scientifiques et sociétés savantes, leurs organigrammes, les Curriculum vitae et publications de leurs responsables ainsi que les programmes des colloques auxquels ils ont participé. Nous avons enfin recueilli les brochures de présentation et les organigrammes des structures de recherche et d'enseignement supérieures spécialisées dans l'étude de la vigne et le vin ainsi que les présentations de leurs projets financés et rapports d'activité. Les données collectées ont fait l'objet d'un traitement qualitatif : des inférences ont été établies par la connexion des indicateurs directs (Jennifer Platt, « Evidence and Proof in Documentary Research. Some Specific Problems of Documentary Research », dans SCOTT John (ed.), *Documentary Research*, Vol. 1: *Theory and Methods*, Londres, Sage, 2006, p. 83-103). Le travail ainsi effectué s'inscrit dans le projet « Le gouvernement européen des industries » piloté par Andy Smith et financé par l'Agence Nationale de la Recherche.

**10-13 décembre 2007.** Le rapport Castiglione est adopté par le Parlement européen en séance plénière. Il est transmis au Comité spécial agricole (CSA), au sein duquel des experts nationaux sont chargés de préparer les réunions du Conseil des ministres européens de l'Agriculture

**19 décembre 2007.** Le Conseil des ministres européens de l'Agriculture adopte définitivement la réforme de l'OCM. Plusieurs amendements du Parlement européen sont retenus (cf. supra). Mais le transfert des nouvelles pratiques œnologiques à la Commission européenne est entériné.

**1<sup>er</sup> août 2008.** La réforme de l'OCM entre en vigueur. Le Comité de gestion des vins élabore les règlements d'application. Il est composé de représentants des États membres. Ses réunions sont présidées par un directeur de la DG AGRI.

**5 juillet 2009.** Les derniers règlements d'application sont publiés.

**1<sup>er</sup> août 2009.** L'OCM vitivinicole est fondue dans une OCM unique. Le Comité de gestion des vins est lui-même absorbé par un Comité de gestion transversal.

## **1. Des politiques européennes bloquées par la construction nationale des savoirs légitimes**

A partir de la seconde moitié du XIXe siècle, plusieurs disciplines académiques construisent leur légitimité scientifique et leur autorité sociale en s'associant étroitement au développement des marchés vitivinicoles. Leurs animateurs prennent argument d'un besoin de structuration exprimé par les entreprises engagées dans la filière ; ils contribuent en partie à modeler cette « demande professionnelle » en imposant les critères d'évaluation qui leur permettent de faire valoir leur expertise. Leur discours est d'autant plus largement repris et intégré que les pouvoirs publics le consacrent à l'échelle nationale. L'alliance ainsi conclue trouve des ramifications aux échelles locale et internationale, de sorte qu'elle étouffe toute proposition alternative<sup>14</sup>.

### *Une alliance interdisciplinaire historiquement formée autour de l'industrie vitivinicole*

L'organisation et le développement des marchés vitivinicoles ont partie liée avec l'affirmation de trois catégories de savants : les ingénieurs agronomes spécialisés en écophysiologie et en phytogénétique travaillent à l'amélioration des cépages et à la protection des vignes contre les maladies ; les juristes délimitent les appellations par des textes réglementaires ; les géographes définissent les « terroirs » par leurs propriétés pédologiques et géo-climatiques.

Le corps des ingénieurs agronomes se structure tout d'abord en légitimant une nouvelle forme de savoir. Dans la seconde moitié du XIXe siècle, une « déqualification du paysan » est organisée qui « justifie la prise en charge de ce dernier et, par là, la création de systèmes d'encadrement de l'agriculture, au cœur desquels se trouve non seulement l'agronome et son savoir, mais aussi ses besoins, ses intérêts et ses logiques »<sup>15</sup>. Cette tendance générale peut être mise en rapport avec le développement du recours aux engrais, lui-même lié à l'essor de l'industrialisation : les déchets et résidus de certaines usines sont utilisés pour fertiliser les sols. Un marché est rapidement structuré en ce domaine, mais des produits falsifiés viennent

---

<sup>14</sup> Les chercheurs sur lesquels nous nous concentrons ne se livrent pas à des stratégies élaborées pour enrôler dans leur activité de nombreux intérêts extrascientifiques (Michel Callon, *La science et ses réseaux. Genèse et circulation des faits scientifiques*, Paris, La Découverte, 1989; Bruno Latour, « Portrait d'un biologiste en capitaliste sauvage », dans *Petites leçons de sociologie des sciences*, Paris, Seuil, 1996, p. 100-129) ; ils ne travaillent pas davantage à obtenir que leurs catégories d'analyse soient prolongées par des « appareillages matériels » (Fabian Muniesa, Michel Callon, *La performativité des sciences économiques*, CSI Working Papers Series, n°10, 2008). Les évolutions que nous caractérisons sont à envisager comme le résultat non contrôlé d'une rencontre entre des savants, des entreprises et des hauts fonctionnaires engagés dans des luttes partiellement dissociées.

<sup>15</sup> Nathalie Jas, « Déqualifier le paysan, introniser l'agronome : France 1840-1914 », *Ecologie et Politique*, 31, 2005, p. 2

en perturber le fonctionnement. Pour lutter contre la fraude, les préfets créent des laboratoires départementaux chargés du contrôle et de la certification des substances commercialisées. Des ingénieurs spécialisés en « chimie agricole » sont formés à cet effet. Ils légitiment leur position en développant une rhétorique qui présente le paysan comme incapable de défendre seul ses intérêts et de distinguer un engrais « véritable » d'un produit falsifié. En 1888, une loi impose aux producteurs de fertilisants de fournir des informations précises aux acheteurs. Les normes de vente sont définies par des commissions d'experts dans lesquelles les agronomes sont en position de force<sup>16</sup>. Des publications professionnelles consolident encore cette assise dans la première moitié du XXe siècle : diffusé à partir du milieu des années 1930, le *Journal de l'agriculture pratique* prétend jeter un pont entre les « spéculations agronomiques » coupées du monde rural et un paysan ignare, incapable de lutter contre les avaries<sup>17</sup>. Ce procédé est mobilisé à une échelle plus réduite en direction des viticulteurs : à partir de 1927, le quotidien *La journée viticole* valorise le rôle de l'agronome spécialisé en écophysiologie et en phytogénétique, capable d'améliorer les cépages pour les rendre plus résistants aux maladies et de définir les traitements qui garantissent la qualité du raisin, en permettant à l'exploitant de prévenir plus efficacement le risque de vendanges ratées. Un appui institutionnel est apporté par le développement des coopératives viticoles: ce mode d'organisation est présenté et perçu comme un moyen d'accéder à moindres frais aux technologies les plus avancées ; dans les discours politiques mêmes – et notamment dans ceux que tiennent les responsables socialistes – il est décrit comme un parfait équilibre entre les attributs mythifiés de la « petite paysannerie » (attachement à la propriété ; sens de la mesure) et les apports de la « modernité scientifique »<sup>18</sup>. L'accent mis sur la consolidation et l'application des normes techniques pousse logiquement à une alliance avec les professionnels du droit.

Les juristes livrent précisément des efforts pour se placer au cœur d'un processus de « construction de la qualité ». Ils affirment progressivement leur emprise sur l'organisation des marchés vitivinicoles après le vote d'une première loi générale sur les falsifications des boissons, en 1851. Ce texte entretient une controverse sur l'adjonction de sulfate de potasse dans le vin (opération plus communément désignée « plâtrage ») : aux termes des nouvelles dispositions, un négociant qui a vendu du vin plâtré peut être condamné même s'il a donné à son client une information exacte sur le produit, dès lors que la substance présente un risque pour la santé. La définition de cette nocivité est lourde d'enjeux. Dans les régions méridionales, le plâtrage est traditionnellement utilisé pour stabiliser le vin. Mais il permet également d'accélérer le processus de fermentation et peut être motivé par le seul appât du gain. Plusieurs catégories d'agents économiques s'affrontent, chacune tentant d'obtenir la consécration juridique de la définition qui l'avantage. En 1856, le Comité consultatif d'hygiène publique constitué auprès du ministère de l'Industrie et du Commerce juge que le plâtrage ne présente aucun danger. En 1880, au terme de longs débats, il en arrive à estimer que tout vin contenant plus de deux grammes de plâtre par litre est impropre à la consommation. Les circulaires des ministères du Commerce et des Finances suivent cet avis. Les affrontements enregistrés favorisent une « construction juridique de l'espace marchand ». Dès ce moment, « l'action économique » est indissociable de la définition et de

---

<sup>16</sup> Idem, p. 11 ; Nathalie Jas, *Au carrefour de la chimie et de l'agriculture. Les sciences agronomiques en France et en Allemagne, 1840-1914*, Paris, Editions des archives contemporaines, 2001

<sup>17</sup> Chloé Gaboriaux, « Entre innovations agronomiques et pratiques paysannes. La figure de 'l'agriculteur pratique' au XIXe siècle », dans Christophe Bonneuil, Gilles Denis, Jean-Luc Mayaud (dir.), *Sciences, chercheurs et agriculture. Pour une histoire de la recherche agronomique*, Quae/ L'Harmattan, 2008, p. 45-59

<sup>18</sup> Antoine Roger, « Faire parler les viticulteurs. La construction d'un 'électorat' dans le département de l'Aude », dans Virginie Anquetin, Audrey Freyermuth (dir.), *La figure de l'habitant. Sociologie politique de la « demande sociale »*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2008, p. 95-114.

l'interprétation de la « norme juridique »<sup>19</sup>. En 1905, la création d'un Service de répression entérine cette évolution et donne un support institutionnel au pouvoir des juristes ; la défense des droits du client fait l'objet d'une spécialisation et structure un corpus de savoirs autonomes<sup>20</sup>. Une coïncidence peut être relevée avec la mise en place du système des appellations : la même année, une loi découpe administrativement les territoires viticoles. D'interminables conflits en résultent, chaque délimitation faisant l'objet de violentes contestations. Pour remédier à la confusion, la loi du 6 mai 1919 finit par confier aux tribunaux la responsabilité de délimiter les appellations d'origine, en invitant à retenir comme critère les usages « locaux, loyaux et constants » ; elle autorise à donner le nom d'un village à des vins produits dans une commune voisine qui présente les mêmes caractéristiques. De nouvelles luttes sont engagées pour peser sur les jugements. Les juristes y trouvent un rôle de premier plan. Pour asseoir leur autorité et objectiver les délimitations qu'ils imposent, ils doivent néanmoins obtenir le concours des géographes.

La « géographie de la vigne et du vin » se structure au cours de la première moitié du XXe siècle en se donnant pour « quête essentielle » de « comprendre ce qui fait la qualité d'un cru »<sup>21</sup>. Dans la logique définie par Vidal de la Blache, elle propose d'étudier l'adaptation de l'homme à son milieu naturel : en multipliant les monographies régionales, ses adeptes s'attachent à caractériser les « contraintes naturelles » qui pèsent sur la viticulture (topographie, analyse morpho-structurale, climatologie et pédologie) et les modes d'organisation qui permettent d'en tirer le meilleur parti<sup>22</sup>. Les textes juridiques qui visent à délimiter les zones de production par des « usages locaux, loyaux et constants » sont « imprégnés » de ces discours géographiques. Lorsque l'Institut national des appellations d'origine (INAO) est créé en 1935, les travaux des géographes y sont présentés comme des références incontournables dont tous les « experts » doivent s'inspirer. Aux yeux des responsables de la filière, « le géographe apparaît comme un spécialiste qui lit le paysage pour y découvrir un terroir de qualité »<sup>23</sup>.

Les disciplines qui affirment leur emprise sur la régulation des marchés vitivinicoles sont consolidées et institutionnalisées par les pouvoirs publics dans l'après-guerre. En finançant massivement la recherche, l'Etat en arrive à structurer un « champ des sciences agricoles »<sup>24</sup>. L'Institut national de la recherche agronomique (INRA) est créé en 1946, dans le but de systématiser les expérimentations *in situ* et de contribuer au développement d'une agriculture « moderne ». Forts de leur structuration antérieure, les ingénieurs spécialisés en écophysiologie et en phytogénétique en prennent le contrôle ; les liens d'interdépendance établis entre les postes de direction ouverts dans cet organisme et les services du ministère de l'Agriculture leur permettent de renforcer leur capacité à définir les pratiques viticoles légitimes – à identifier les cépages et les traitements « modernes » et à fixer en conséquence la

---

<sup>19</sup> Alessandro Stanziani, « Action économique et contentieux judiciaires. Le cas du plâtrage de vin en France. 1851-1905 », *Genèses*, n°50, 2003, p. 77, 81, 89.

<sup>20</sup> Franck Cochoy, « Figures du client, leçons du marché », *Sciences de la Société*, 56, 2002, p. 362

<sup>21</sup> Raphaël Schirmer, « Le regard des géographes sur la vigne et le vin (fin du XIXe-XXe siècles) », *Annales de Géographie*, 614-615, 2000, p. 346.

<sup>22</sup> Marie-Claire Robic, « L'exemplarité du *Tableau de la géographie de la France* de Paul Vidal de la Blache », dans Jean-Michel Berthelot (dir.), *Figures du texte scientifique*, Paris, PUF, 2003, p. 81-105

<sup>23</sup> Raphaël Schirmer, « Le géographe et l'expertise dans le domaine des vins », Communication au colloque *De Jules Guyot à Robert Parker : 150 ans de construction des territoires du vin*, MSH de Dijon, 13-15 novembre 2008

<sup>24</sup> Christophe Bonneuil, Gilles Denis, Jean-Luc Mayaud, « Pour une histoire des acteurs et des institutions des sciences et techniques de l'agriculture et de l'alimentation », dans Christophe Bonneuil, Gilles Denis, Jean-Luc Mayaud (dir.), *Sciences, chercheurs et agriculture*, op. cit., p. 24.

hiérarchie des formes d'exploitation<sup>25</sup>. Au cours des années 1960, la géographie connaît également une évolution notable : des « indices topo-géologiques » sont systématiquement élaborés pour quantifier les facteurs dont dépend la qualité d'un vin<sup>26</sup>; ils servent à préciser les délimitations dans les zones déjà plantées mais également à indiquer de nouveaux périmètres adaptés à la pratique de la viticulture. Un « système triangulaire » est mis en place qui permet aux chercheurs engagés dans ces démarches de circuler en permanence entre l'administration, les instances d'expertise et la sphère académique. Au fil de « colloques technocratés », les éclairages des géographes sur la vigne et le vin glissent vers une réflexion générale sur l'avenir des « territoires »<sup>27</sup>. Les juristes s'en inspirent encore pour élaborer et commenter les textes qui règlementent les appellations. La coalition interdisciplinaire débouche sur un « régime de production des connaissances » qui participe à la « production de représentations mobilisées dans la définition de l'action »<sup>28</sup>. Un contrôle de la presse spécialisée lui permet de livrer un « travail de production des catégories de pensée »<sup>29</sup>. Sa position centrale lui vaut par ailleurs d'être systématiquement consultée par les journalistes de la presse généraliste dès qu'une question relative à la viticulture « fait l'actualité ». Ces appuis médiatiques ont pour effet de rendre plus incontournable encore sa définition des pratiques légitimes<sup>30</sup>. Agronomes, juristes et géographes parviennent en somme à acquérir un monopole national sur l'expertise en matière vitivinicole<sup>31</sup>. Leur emprise est d'autant moins contestée qu'elle s'étend aux échelles locale et internationale.

### *Une alliance interdisciplinaire déployée à des échelles multiples*

Aucune alternative n'est opposée aux représentations forgées dans la sphère académique. Loin d'être le fait d'un alignement passif et mécanique, cette situation s'explique par l'imbrication d'intérêts multiples et la circulation d'agents multipositionnés<sup>32</sup>. Si les coalitions nationales sont reproduites à l'échelle locale, elles s'y nourrissent de rapports de force spécifiques. A l'échelle internationale, des efforts sont livrés pour aboutir à une universalisation des catégories françaises.

<sup>25</sup> Christophe Bonneuil, Frédéric Thomas, « L'INRA dans les transformations des régimes de production des savoirs en génétique végétale », dans Christophe Bonneuil, Gilles Denis, Jean-Luc Mayaud (dir.), *Sciences, chercheurs et agriculture*, op. cit., p. 113-135.

<sup>26</sup> Raphaël Schirmer, « Le regard des géographes... », art. cité, p. 355.

<sup>27</sup> Gilles Massardier, « Les savants les plus 'demandés'. Expertise, compétences et multipositionnalité. Le cas des géographes dans la politique d'aménagement du territoire », *Politix*, n°36, 1996, p.176-177

<sup>28</sup> Franck Aggeri, Armand Hatchuel, « Ordres socio-économiques et polarisation de la recherche dans l'agriculture : pour une critique des rapports science/société », *Sociologie du travail*, 45, 2003, p. 116.

<sup>29</sup> Marie-France Garcia-Parpet, « La construction intellectuelle des marchés agricoles : la Société française des économistes ruraux et la revue *Économie rurale* », dans Céline Bessière et al. (dir.), *Les mondes ruraux à l'épreuve des sciences sociales*, Paris, Jouve, 2007

<sup>30</sup> Arnauld Chandivert, « Les sciences sociales et l'encadrement de la "renaissance rurale" », dans Céline Bessière et al. (dir.), *Les mondes ruraux...*, op. cit., p. 442-455. Dans l'ensemble, « les politiques publiques ne renforcent que les circuits marchands les plus conformes aux modèles acceptés par le monde savant » (Marie-France Garcia-Parpet, « Représentations savantes... », art. cité, p. 70).

<sup>31</sup> On voit ainsi se former des « manières de penser et de faire qui ne se rapportent pas à une seule discipline ou à un seul domaine de recherche, et dont les propriétés s'expliquent par les spécificités nationales des constellations disciplinaires et des hiérarchies intellectuelles » (Johan Heilbron, « Qu'est-ce qu'une tradition nationale en sciences sociales ? », *Revue d'histoire des sciences humaines*, n°18, 2008).

<sup>32</sup> La notion d'« échelle » rend compte de cette fluidité, par opposition à celle de « niveau » qui tend à imposer une représentation figée des modalités d'action – l'idée implicite étant que chacun s'oriente vers l'une ou l'autre en fonction de la « structure des opportunités » qui se présente à lui (Andy Smith, Jacques de Maillard, Olivier Costa, *Vin et politique. Bordeaux, la France, la mondialisation*, Paris, Presses de Sciences Po, 2007 ; Stéphane Boisseaux, « Au cœur des activités économiques, révéler le politique », *Revue française de science politique*, 59(6), 2009, p. 1263-68).

L'ancrage local de l'alliance interdisciplinaire formée autour de la vigne et du vin est favorisé par une lutte engagée entre négociants et propriétaires. L'exemple de la Bourgogne permet d'illustrer ce processus. Au début du XXe siècle, les négociants de Beaune dominent la filière en légitimant deux pratiques : le *coupage* sert à renforcer les crus de Bourgogne par des vins du Midi, plus corsés ; les *équivalences* permettent de donner une appellation à un breuvage sans contrôler sa provenance, dès lors qu'il présente au final les caractéristiques attendues. Après le vote de la loi de 1919, les négociants luttent pour que leurs pratiques soient reconnues comme des usages « locaux, loyaux et constants ». Les propriétaires de Nuits-Saint-Georges et de Meursault voient quant à eux dans le nouveau texte un moyen de renverser la hiérarchie établie ; ils réclament une définition stricte des appellations, fondée sur l'origine géographique, et entendent que le coupage et les équivalences soient requalifiés comme des pratiques frauduleuses. L'un après l'autre, les jugements des tribunaux leur sont favorables. Cette victoire sur le négoce est le résultat de « connexions politiques et culturelles »<sup>33</sup>. Le maire de Dijon, Gaston-Gérard, y contribue de façon décisive – tout en étant guidé par des mobiles politiques propres<sup>34</sup>. A son initiative, une foire gastronomique est créée en 1921. Elle est parrainée par le « Club des Cent », regroupement de journalistes de la presse parisienne, d'hommes politiques et d'industriels de premier plan qui échangent leurs bonnes adresses gastronomiques et publient dans la presse des manifestes pour défendre les traditions culinaires françaises. Gaston-Gérard entretient des relations étroites avec plusieurs de ces prescripteurs. « Un pied à Paris et un pied en province »<sup>35</sup>, il s'attache à diffuser au-delà des arènes locales une image des vins de Bourgogne qui associe qualité et origine géographique, en adéquation avec le discours mobilisé par les propriétaires dans leur combat contre les négociants. Cette entreprise est d'autant plus rapidement couronnée de succès qu'elle est adossée à des réseaux industriels et universitaires. Le président de la Chambre de commerce de Dijon, Lucien Richard, apporte un premier appui. Propriétaire d'une biscuiterie, il étend ses activités à des produits locaux qui trouvent des débouchés nationaux (moutarde, liqueur de cassis) ; pour consolider son assise commerciale, il développe une publicité qui met l'accent sur le folklore bourguignon, ce qui l'amène à nouer des contacts avec le « Club des Cent ». La vice-présidence de la foire de Dijon lui est confiée dès 1921<sup>36</sup>. Un second appui est trouvé dans la sphère académique. Une réforme accorde aux collectivités locales la possibilité de créer et de financer des chaires universitaires. Le Conseil général de la Côte-d'Or et le conseil municipal de Dijon décident de s'engager dans cette voie. Lucien Richard leur apporte son appui : il préside la Société des amis de l'Université et devient le plus important contributeur local au budget de l'enseignement supérieur. En 1928, une chaire de géographie économique est ainsi créée à Dijon. Georges Chabot en devient le titulaire. En s'inscrivant dans le programme de recherche défini par Vidal de la Blache, il se consacre à une étude monographique de la Bourgogne et met l'accent sur la production gastronomique. Un réseau de « notabilisation croisée » est en somme constitué : les pouvoirs économiques et politiques locaux offrent des débouchés académiques à la géographie vidalienne ; ils obtiennent en

---

<sup>33</sup> Olivier Jacquet, Gilles Laferté, « Le contrôle républicain du marché : vignerons et négociants sous la III<sup>ème</sup> République », *Annales HSS*, 5, 2006, p. 1147-1148

<sup>34</sup> Elu sous une étiquette radicale et grâce à une coalition avec la SFIO, le maire de Dijon est amené à réviser ses alliances après l'émergence du Parti communiste : il se détourne des socialistes et recherche des appuis chez les conservateurs en se liant aux chefs d'entreprises et aux représentants des professions libérales. La mobilisation des références à l'identité locale et à la tradition permet de conforter cette orientation (Gilles Laferté, « L'homme politique, l'industriel et les universitaires. Alliance à la croisée du régionalisme dans l'entre-deux-guerres », *Politix*, 67, 2004, p. 54).

<sup>35</sup> Gilles Laferté, « La production d'identités territoriales à usage commercial dans l'entre-deux-guerres en Bourgogne », *Cahiers d'économie et de sociologie rurales*, 62, 2002, p. 75 ; *La Bourgogne et ses vins : image d'origine contrôlée*, Paris, Belin, 2006

<sup>36</sup> Gilles Laferté, « L'homme politique... », art. cité, p. 55

retour une consécration universitaire et une validation scientifique de leur discours<sup>37</sup>. Une représentation légitime des vins de Bourgogne est ainsi forgée. Elle pèse sur les jugements locaux des tribunaux, en s'emboîtant dans les rapports de force établis à l'échelle nationale.

L'alliance interdisciplinaire nouée autour de la vigne et du vin trouve également des ramifications internationales. Les universitaires qui ont acquis en France un monopole de l'expertise s'efforcent d'universaliser leurs catégories d'analyse. Dès 1922, la *Société Française d'Encouragement à l'Agriculture* propose de travailler à la mise en place d'une structure qui pousserait les pays tiers à s'aligner sur la définition nationale des pratiques légitimes. En 1924, un « arrangement intergouvernemental » est conclu entre l'Espagne, la France, l'Italie, le Luxembourg, la Hongrie, le Portugal et la Tunisie. L'Office international de la Vigne et du Vin (OIV) est mis en place. Le gouvernement français impose que son siège soit établi à Paris et que sa présidence soit confiée à Edouard Barthe – député de l'Hérault dont la carrière tout entière est fondée sur la défense de la viticulture. Il obtient que cinq représentants français siègent dans la nouvelle structure, l'Espagne et le Portugal n'en comptant que deux. La liste des Etats adhérents est allongée d'année en année, mais la délégation française est proportionnellement renforcée. Son effectif est constitué des experts déjà investis dans les organismes nationaux, c'est-à-dire des agronomes et des juristes qui se réclament de travaux publiés par les géographes. Au sein des différentes commissions et sous-commissions mises en place, elle n'a de cesse d'obtenir que ses principes de classification soient repris et consacrés par les représentants des autres Etats<sup>38</sup> ; le fait de pouvoir mobiliser des savoirs déjà articulés constitue un avantage certain. Chaque année, l'OIV publie ainsi des « résolutions » qui indiquent aux gouvernements des mesures à adopter pour défendre les intérêts viticoles ; il leur soumet des propositions destinées à protéger les appellations d'origine, à garantir l'authenticité des produits et à faciliter la répression des fraudes. Les universitaires français parviennent à exporter leur compétence et à imposer sa suprématie au-delà des frontières nationales.

Produit d'une alliance interdisciplinaire consolidée au fil des années et mobilisée à de multiples échelles, la définition des savoirs légitimes sur la vigne et le vin devient proprement incontestable. Son architecture complexe et ses ramifications dans de nombreux jeux de pouvoir interdisent à un agent isolé d'en discuter la pertinence avec quelque chance de succès. Durant plusieurs décennies, aucun débat ne peut trouver une audience s'il ne porte sur la recherche des meilleurs cépages et des meilleurs traitements, la qualification géographique des « terroirs » ou leur consécration juridique par la délimitation des appellations. Lorsque la Commission européenne tente de réformer l'OCM vitivinicole en 1998, ses propositions se heurtent encore à ces catégories de perception. Le transfert du contrôle sur les pratiques œnologiques est refusé avec la plus grande fermeté. Les milieux académiques nationaux ont su assurer leur reproduction : les experts français mandatés par le ministère de l'Agriculture pour négocier à Bruxelles sont des agronomes et des juristes ; ils font obstacle à toute représentation alternative des intérêts de la viticulture – en bloquant notamment les démarches entreprises en ce sens au sein des structures syndicales européennes<sup>39</sup>. Dans le même temps, un mouvement est à l'œuvre qui prépare le succès de la réforme suivante. Il trouve son origine dans la sphère académique : l'alliance interdisciplinaire qui est au fondement l'édifice se trouve fragilisée ; un changement des représentations en résulte dont la Commission tire finalement parti.

---

<sup>37</sup> Idem, p. 63-65

<sup>38</sup> Olivier Jacquet, « De la Bourgogne à l'international : construction et promotion des normes d'appellation d'origine ou l'influence des syndicats professionnels locaux », *Anthropology of Food*, 3, 2004

<sup>39</sup> Jacques de Maillard, « La Commission... », p. 80-83

## 2. Le renversement de la hiérarchie académique comme facteur d'évolution politique

Au cours des années 1990, le rapport de force académique évolue en profondeur. De nouveaux agents s'affirment. Ils nouent une coalition informelle qui impose la thématique du « nouveau consommateur » : chacun y trouve le moyen de légitimer ses compétences spécifiques, en démonétisant celles des disciplines jusqu'alors dominantes. Les ingénieurs agronomes spécialisés en biochimie travaillent à l'amélioration des techniques de vinification, en aval de la production de raisin sur laquelle se concentraient jusqu'alors les spécialistes de l'écophysiologie et de la phytogénétique ; ils s'attachent à contrôler totalement le processus de vinification : des manipulations complexes (levures, filtration, etc.) permettent d'obtenir des qualités organoleptiques constantes, adaptées selon eux aux « attentes » des consommateurs – par opposition à des vins dont les propriétés varient d'un millésime à l'autre. Les économètres expliquent qu'il est possible de définir mathématiquement le « juste prix » du vin sur les marchés internationaux et de lutter contre les lobbies et dispositifs « protectionnistes » qui faussent la concurrence en imposant des cours « artificiels », au détriment du consommateur. Les spécialistes du marketing assoient l'autorité de leurs jugements en expliquant qu'il existe des « techniques » pour identifier les « attentes » et les « préférences » autonomes des consommateurs de vin. Les nouvelles sphères de compétence académiques sont construites aux Etats-Unis, en Australie et en Afrique du Sud, dans une relation étroite avec les grandes entreprises vitivinicoles. Le « Nouveau monde » étant orienté vers la conquête de marchés élargis, les réseaux scientifiques sont constitués à l'échelle internationale. Des chercheurs français s'y insèrent pour valoriser leurs ressources et remettre en cause la hiérarchie académique établie<sup>40</sup>.

### « Nouveau Monde », « nouveau consommateur » et nouveaux savoirs

Entre 1990 et 2000, les entreprises du « Nouveau Monde » doublent leur potentiel de production et augmentent leurs exportations de plus de 200%<sup>41</sup>. Elles prennent appui sur des « marques-ombrelles » (E. & J. Gallo aux Etats-Unis, Jakob's Creek, McGuigan-Simeon et Mildara Blass en Australie) en proposant une gamme restreinte de produits, aisément identifiables par les consommateurs. Ces orientations participent d'un projet de développement mûrement réfléchi. En 1996, l'Australian Wine Foundation publie un document intitulé « Strategy 2025 » : un plan de conquête des marchés internationaux est fixé pour les trente prochaines années, des objectifs intermédiaires devant être atteints tous les cinq ans ; l'accent est mis sur la concentration des investissements<sup>42</sup>. Les autorités sud-

---

<sup>40</sup> Le dispositif que nous caractérisons peut difficilement être analysé comme une « communauté épistémique ». Peter Haas pose quatre conditions à l'emploi de cette notion : les experts mobilisés doivent partager une même vision des problèmes, s'accorder sur les conséquences qui peuvent découler des réponses apportées, aménager une procédure commune de validation des énoncés et porter enfin « un projet politique » unifié (Peter M. Haas, « Epistemic Communities and International Policy Coordination », *International Organization*, 46(1), 1992, p. 2). La communauté constituée peut livrer des efforts de persuasion auprès des autorités en place, à la fois par l'établissement des relations interpersonnelles et par le recours à des méthodes de communication plus diffuses (rédaction de rapports, etc.). Mais il arrive aussi qu'elle évince les équipes administratives et prenne directement les commandes des politiques publiques, en se prévalant de conceptions plus modernes et plus efficaces (Peter M. Haas, « Policy Knowledge: Epistemic Communities », dans Neil J. Smelser, Paul B. Baltes (eds.), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Amsterdam, Elsevier, 2001). Dans le cas qui nous occupe, les connexions entre savants ne prennent jamais une forme aussi cohérente ; les agents qui mobilisent la figure du « nouveau consommateur » dans la sphère académique sont engagés dans des luttes hiérarchiques spécifiques et non dans la défense d'un projet politique intégré.

<sup>41</sup> International Organisation of Vine and Wine, *World Statistics*, 3rd General Assembly of OIV, Paris, 2005

<sup>42</sup> Un prolongement est apporté en 2000 par un document intitulé « Australian Wine Marketing Agenda 2000-2010 » : l'objectif fixé est d'accroître les exportations dans la gamme des vins vendus plus de 10

africaines lancent le programme « Vision 2020 » dans le but de développer une économie vitivinicole « tournée vers l'innovation, orientée vers le marché, compétitive à l'échelle mondiale et génératrice de profits »<sup>43</sup>. En application de ces mots d'ordre, d'importants financements publics et privés sont attribués aux instituts de recherche. Ils visent à redéfinir les conventions qui servent à évaluer la qualité d'un vin : à un principe de classement dressé par l'« offre » et appuyé sur des délimitations doit être substituée une échelle de valeur alignée sur la « demande », le traitement du raisin et les stratégies commerciales permettant de répondre aux « attentes du consommateur ».

Les instituts d'agronomie formés dans le « Nouveau Monde » utilisent la manne qui leur est offerte pour orienter leurs recherches vers la biochimie et l'amélioration des techniques de vinification. Deux sous-disciplines se structurent. Les spécialistes de l'analyse physico-chimique se concentrent sur les composés phénoliques ; ils s'intéressent à leurs interactions ainsi qu'à leurs incidences sur la typicité et les propriétés sensorielles des vins (goût ; couleur) ; des techniques séparatives sont mises au point pour les contrôler. Les chercheurs en microbiologie travaillent quant à eux sur la fermentation alcoolique. Le procédé traditionnel consiste à recourir à des levures indigènes. A partir des années 1990, la recherche est orientée vers l'utilisation de souches pures : une gamme de Levures Sèches Actives (LSA) est mise au point dans le but de mieux contrôler la vinification. Dans chacun de ces registres, les points de référence sont situés Afrique du Sud. Créé en 1995 au sein de la Faculty of AgriSciences de la Stellenbosch University, l'Institute for Wine Biotechnology (IWBT) assure la diffusion de ses résultats et aménage un espace de socialisation scientifique unifié en organisant chaque année le Symposium on Wine Chemistry. L'*International Journal of Food Microbiology* permet également d'exposer les dernières innovations. De façon complémentaire, l'American Society for Enology and Viticulture assure un relais auprès des professionnels. Implantée à l'Université de Davis en Californie et fortement soutenue par l'entreprise Mondavi, elle publie l'*American Journal for Enology and Viticulture* et y présente aux opérateurs du marché vitivinicole les applications des découvertes les plus récentes. Sous son égide, le Unified Wine & Grape Symposium se tient chaque année à Sacramento. Il permet d'organiser des échanges entre scientifiques et professionnels.

Des recherches économétriques sur les marchés vitivinicoles sont parallèlement développées. Une base principale leur est offerte en Californie : au sein de la School of Business & Economics de la Sonoma State University (SSU), le State Wine Business Institute est partiellement financé par la Sonoma County Grape Growers Association (SCGGA) et l'entreprise E. & J. Gallo. Les économètres qui y enseignent publient des articles sur le vin dans des revues renommées (*American Economic Review*, *Journal of Economic Perspective*). Ils y imposent un raisonnement articulé autour de quelques notions centrales. Leurs travaux portent notamment sur « l'élasticité-prix » et visent à caractériser le point au-delà duquel un consommateur substitue au vin une autre boisson alcoolisée. Les comportements de consommation (âge, lieu, fréquence) sont également mis en rapport avec les informations transmises par l'étiquette (typicité, qualité « sûre » ou « espérée »). La méthode des « prix hédoniques » sert à étudier la disposition du consommateur à payer pour une élévation de la qualité : un prix implicite est défini pour chaque caractéristique ; la valeur accordée à une unité supplémentaire est mesurée dans tous les cas. L'objectif implicite est de démontrer que

---

dollars australiens la bouteille. En 2007, le document « Directions to 2025 » retient une logique de « benchmarking » pour mettre en exergue les « bonnes pratiques » des meilleurs exportateurs dans chaque gamme de vins.

<sup>43</sup> Porté par la South African Wine and Brandy Company (SAWBCo), le programme associe la South African Wine Industry Trust (SAWIT) et différents ministères [<http://www.sawb.co.za/docs/Fullplan.pdf>]

les propriétés sensorielles l'emportent sur le classement ou le millésime<sup>44</sup>. L'articulation et la consolidation progressive de ces approches trouvent une consécration finale en 2006 : l'American Association of Wine Economists (AAWE) est créée et commence à publier le *Journal of Wine Economics*. Orley Ashenfelter s'en voit confier la présidence. Professeur d'économie à Princeton, ancien directeur de l'*American Economic Review*, il s'est imposé comme une figure emblématique pour tous les économètres des marchés vitivinicoles aussi bien que pour les journalistes : en 1990, il a présenté dans le *New York Times* puis dans des émissions télévisées une équation permettant de calculer le « juste prix » d'un vin uniquement à partir des données climatiques – démarche qui permet dans l'absolu d'élever certains produits du « Nouveau Monde » au même rang que les meilleurs crus européens<sup>45</sup>. En se dotant d'un support éditorial propre et d'un président renommé, l'AAWE donne une forte visibilité à ses travaux. Elle en renforce encore l'attrait en ouvrant ses rangs à des opérateurs économiques et à des hauts fonctionnaires. Organisé chaque année dans une ville différente, son congrès met en contact les uns et les autres<sup>46</sup>.

Les stratégies commerciales développées dans le « Nouveau Monde » permettent également de constituer le marketing du vin en discipline à part entière. Cette spécialité apparaît en Australie à la fin des années 1960 ; mais elle demeure longtemps embryonnaire. Elle commence à se structurer au cours des années 1980, au sein du Roseworthy Agricultural College à Adélaïde. A l'initiative d'universitaires australiens, une revue spécialisée – l'*International Journal of Wine Marketing* – voit le jour en 1989. Un véritable essor est observé au cours des années 1990, au sein de la School of Marketing de l'University of South Australia (fondée en 1991). Un centre spécialisé – le Wine Marketing Research Group – y est constitué sous la direction de Larry Lockshin. Le marketing du vin devient un objet de recherche et d'enseignement consacré. Les « professionnels du marché » légitiment leur propos en se livrant à un « travail sémantique » ciblé<sup>47</sup>. Ils forgent quelques notions clés accessibles aux journalistes et rapidement intégrées au vocabulaire commun (« global marketing » ; « customer advocacy » ; « wine style preferences »...). Ils élaborent dans le même temps une méthode à prétention scientifique – « l'analyse sensorielle descriptive » – qui leur garantit un monopole sur un segment : l'évaluation experte : pour identifier les critères qui président aux choix des consommateurs, un protocole coûteux est mis en place. Un « panel d'experts » est tout d'abord constitué pour établir une « cartographie sensorielle des vins ». Des notes sont attribuées à chaque cru, au terme de dégustations répétées (des « descripteurs objectifs » sont retenus pour caractériser les odeurs, saveurs et arômes). Un « panel de consommateurs » (60 à 150 individus choisis en considération de leur profil socio-économique) indique ensuite ses « préférences » en attribuant aux mêmes vins des notes

---

<sup>44</sup> Eric Giraud-Héraud, Yves Surry, « Les réponses de la recherche aux nouveaux enjeux de l'économie vitivinicole », *Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales*, Vol. 60-61, 2001, p. 5-23 ; Ford C. Runge, *Agricultural Economics: A Brief Intellectual History*, Center for International Food and Agricultural Policy, University of Minnesota, Working Papers, WP06-1, 2006

<sup>45</sup> L'équation est formulée de la façon suivante : qualité du vin (déterminant le « juste prix ») = 12.145 + 0.00117 x précipitations hivernales (en mm) + 0.034111 x températures moyennes durant la période de croissance de la vigne - 0.0386 x précipitations durant les vendanges (en mm) (« Wine Equation Bends Some Noses Out of Joint », *New York Times*, 4 mars 1990)

<sup>46</sup> Un relais australien est apporté par le Center for International Economics Studies de l'Université d'Adélaïde. Kym Anderson – par ailleurs vice-président de l'AAWE – dirige dans cet établissement un programme de recherche intitulé *Wine economics*. Des études sur l'évolution des marchés internationaux sont publiées et largement diffusées (*Wine policy briefs*, *Wine discussion papers*). Les chercheurs du centre développent par ailleurs un modèle économétrique baptisé *World Multisectoral Wine Model* (WMWM) qui vise à « anticiper les évolutions de la globalisation » dans la filière vitivinicole.

<sup>47</sup> Franck Cochoy, Sophie Dubuisson-Quellier, « Les professionnels du marché. Vers une sociologie du travail marchand », *Sociologie du travail*, 42, 2000, p. 362

échelonnées entre 0 et 9. Le croisement des résultats livrés par les deux panels permet de comprendre les raisons pour lesquelles un produit n'est pas apprécié par une catégorie de la population et de cibler les arguments publicitaires en conséquence. Des enquêtes permettent également de préciser le rôle des marques dans les décisions d'achat des consommateurs. Les chercheurs australiens organisent des congrès internationaux (International Wine Marketing conferences) pour diffuser leurs résultats et échanger leurs analyses avec celles de collègues étrangers.

La biochimie, l'économétrie et le marketing du vin étant mis au service d'une politique commerciale conquérante, les producteurs du « Nouveau Monde » cherchent logiquement à les imposer dans les organisations internationales. Le World Wine Trade Group (WWTG) sert cet objectif. Créé en 1998 à l'initiative des Etats-Unis, il intègre aussi bien des chefs d'entreprise que des experts mandatés par différents Etats (Australie, Argentine, Brésil, Canada, Chili, Nouvelle-Zélande, Afrique du Sud). Son orientation évolue au gré des relations que ses membres entretiennent avec les défenseurs des intérêts vitivinicoles européens. Dans un premier temps, l'objectif est d'exercer une pression sur eux et de les convertir aux principes du libre échange : les représentants du « Nouveau Monde » qui siègent à l'OIV se coordonnent avant chaque réunion de cette instance pour y défendre des positions communes. L'harmonisation des discours (parfois appuyée par la publication de « position papers ») permet d'insister d'une seule voix sur la nécessité de lever toutes les entraves au libre commerce du vin – et notamment la restriction des pratiques œnologiques autorisées : suivant l'argumentaire développé, le « nouveau consommateur » européen doit être en mesure d'acheter le produit qui répond le mieux à ses attentes, sans que des normes arbitrairement fixées restreignent son choix et lui interdisent de se tourner vers certains vins américains, australiens ou sud-africains. Au cours de l'année 2000, une évolution est observée : Kirby Moulton, professeur d'économie à Berkeley, est candidat à la présidence de l'OIV ; trois voix lui font défaut au final, après que la délégation française a mené une campagne active contre lui<sup>48</sup>. Les autorités américaines décident de se retirer de l'OIV et tentent – en vain – d'entraîner dans leur sillage leurs alliés du « Nouveau Monde ». Sous leur impulsion, le WWTG est transformé en organe de contrôle alternatif : pour contourner le « carcan légal » posé par l'OIV, plusieurs de ses membres se réunissent en décembre 2001 à Toronto et paraphent le *Mutual Acceptance Agreement on Enological Practices* (l'Australie, le Canada, le Chili, la Nouvelle Zélande et les Etats-Unis sont les premiers signataires ; ils sont rejoints par l'Argentine en 2002). Le texte a valeur de traité commercial. Il est présenté comme une mise en application des principes énoncés par l'Organisation mondiale du commerce (OMC) : l'objectif affiché est de lever tous les « obstacles aux échanges fondés sur des différences de pratiques œnologiques ». Cette orientation n'est pas sans effet sur l'OIV. En application d'un nouvel accord international signé le 3 avril 2001, l'office est transformé en Organisation internationale de la vigne et du vin – tout en conservant le même acronyme. Au-delà de ce changement de désignation, de nouvelles missions sont définies : une « Communauté scientifique internationale de la vigne et du vin » est formée dans le but de dresser un « Code international des pratiques œnologiques ». L'OIV doit « contribuer à l'harmonisation internationale des pratiques (...), à l'élaboration de normes internationales nouvelles, afin d'améliorer les conditions d'élaboration et de commercialisation des produits vitivinicoles, ainsi qu'à la prise en compte des intérêts des consommateurs » (Article 2.1c)<sup>49</sup>. L'unification

---

<sup>48</sup> Les Etats-Unis ont réussi à obtenir qu'un principe d'alternance soit instauré, un président du « Nouveau Monde » succédant toujours à un Européen (la durée d'un mandat est fixée à 3 ans). En 2000, la délégation française œuvre à l'élection de l'argentin Felix Roberto Aguinagua. L'Allemand Reiner Wittkowski prend sa succession en 2003.

<sup>49</sup> *La Lettre Diplomatique*, n°58, 2002

des règles œnologiques étant référée aux « nouvelles attentes » enregistrées sur les marchés, les Etats signataires sont incités à mobiliser des experts spécialisés en biochimie, des économètres qui évaluent la portée commerciale des pratiques œnologiques et des spécialistes du marketing qui décryptent la segmentation des marchés. La figure du « nouveau consommateur » et ses déclinaisons forment une *lingua franca*. Cette évolution ne tarde pas à produire un effet sur la structure même de l'OIV. En juillet 2006, l'australien Peter Hayes est élu président de l'organisation. A l'annonce du résultat, il livre une déclaration en forme de manifeste : selon lui, les Etats européens « reconnaissent que le monde a complètement changé depuis 1924 et qu'il doit encore changer. Une perspective du Nouveau Monde pourra certainement aider à aller dans ce sens » ; de « nouvelles alliances scientifiques et techniques » sont par ailleurs nécessaires<sup>50</sup>.

En se tournant vers l'exportation, les producteurs américains, australiens et sud-africains poussent en somme à l'affirmation de nouvelles disciplines et assurent leur promotion dans les organismes internationaux. De nouveaux réseaux scientifiques se forment ainsi qui produisent en France de puissants effets. Des chercheurs jusqu'alors marginalisés y trouvent un moyen de légitimer leurs prétentions dans leur propre sphère académique.

### ***Circulation internationale des nouveaux savoirs et effets de légitimation***

En intégrant un réseau contrôlé par des collègues américains, australiens ou sud-africains, un chercheur français peut faire étalage de son « envergure internationale », dénoncer l'« attardement », l'inadaptation à la « modernité » et la « faible ouverture » des savants installés – tous travers dont résulterait une marginalisation tendancielle des entreprises françaises à l'échelle mondiale<sup>51</sup>. En d'autres termes, la figure du « nouveau consommateur » est importée en Europe par des ingénieurs en biochimie, des économètres et des spécialistes du marketing qui y trouvent un moyen de renverser un rapport de force jusqu'alors défavorable. En délégitimant leurs aînés, ces agents s'imposent progressivement sur le marché de l'expertise<sup>52</sup>.

Les agronomes français spécialisés en biochimie établissent tout d'abord des contacts avec leurs collègues sud-africains. Ils séjournent à Stellenbosch, signent des publications communes et participent régulièrement au Symposium on Wine Chemistry<sup>53</sup>. Des responsables des grandes entreprises vitivinicoles se rendent par ailleurs au Unified Wine &

---

<sup>50</sup> Après deux ans d'exercice, Peter Hayes déclare encore : « l'OIV travaille pour mondialiser et simplifier les pratiques de la viticulture mondiale, et, personnellement, je crois que les pays du Nouveau Monde sont mieux préparés pour pouvoir atteindre ces objectifs (*Diario del vino*, 23 juin 2008). Le 3 juillet 2009, Yves Bénard prend sa succession. Si le nouveau président de l'OIV est de nationalité française, son profil même est révélateur : il ne s'agit pas d'un juriste, mais d'un agronome spécialisé dans les pratiques œnologiques qui a effectué une grande partie de sa carrière dans le secteur commercial et le marketing des vins de Champagne.

<sup>51</sup> *Decanter*, 6 juillet 2006. La langue de publication est notamment un critère de distinction : les chercheurs étrangers spécialistes de la vigne et du vin se sont longtemps efforcés de publier des articles en français, cosignés autant que possible avec des collègues français ; le processus de légitimation est aujourd'hui inversé. Notons que cette évolution peut – en partie tout au moins – être mise en rapport avec les modes de financement de la recherche ; le montage de projets internationaux permet d'accéder à des budgets conséquents, en grande partie alimentés par des fonds privés (Johan Heilbron, Nicolas Guilhot, Laurent Jeanpierre, « Vers une histoire transnationale des sciences sociales », *Sociétés contemporaines*, 73, 2009, p. 121-145).

<sup>52</sup> Etant admis qu'une « discipline est définie non seulement par des propriétés intrinsèques mais par des propriétés qu'elle doit à sa position dans l'espace (hiérarchisé) des disciplines », le processus que nous caractérisons peut être analysé comme une « lutte pour faire reconnaître une manière de connaître » (Pierre Bourdieu, *Science de la science et réflexivité*, Paris, Raisons d'agir, 2001, p. 123 et 131).

<sup>53</sup> Les Curriculum vitae des ingénieurs agronomes spécialisés en techniques de vinification montrent que les stages et séjours d'études à Stellenbosch font partie du cursus ordinaire ([www.agrojob.com](http://www.agrojob.com)).

Grape Symposium à Sacramento<sup>54</sup> ; ils y découvrent les dernières techniques de vinification et encouragent les chercheurs de l'INRA avec les lesquels ils travaillent à s'orienter dans cette voie<sup>55</sup>. Une recomposition est ainsi à l'œuvre qui finit par trouver une traduction institutionnelle. En 2007, l'Etablissement National Technique pour l'Amélioration de la Viticulture (ENTAV) et l'Institut Technique de la Vigne et du Vin (ITV France) sont fusionnés pour donner forme à l'Institut Français de La Vigne et du vin (IFV) et coordonner la recherche en biochimie. Le nouvel organisme compte 140 chercheurs et bénéficie d'un budget annuel proche de 11 millions d'euros – complété par des partenariats avec des entreprises privées (Eurodia ; Buchler Vaslin). Il dispose de sites expérimentaux dans tous les bassins viticoles, chacun étant équipé de chais et de laboratoires d'analyse. Un programme de recherche commun est lancé sous le titre « Techniques correctives innovantes ». La brochure qui le présente mobilise directement la figure du « nouveau consommateur » et valide le diagnostic qui l'accompagne : « Dans le contexte économique très difficile de la filière, les professionnels sont en demande de produits innovants permettant de mieux répondre aux attentes du marché. Pour répondre aux demandes des consommateurs, les vins doivent être le plus harmonieux possible à la dégustation ». La même orientation est retenue par l'Unité mixte de recherche Sciences pour l'Œnologie qui associe l'INRA, l'école SupAgro de Montpellier et l'Université Montpellier 1. 75 chercheurs et enseignants-chercheurs y travaillent sur les levures œnologiques et la maîtrise de la fermentation alcoolique<sup>56</sup>. En appui sur une Unité expérimentale établie à Pech Rouge, dans l'Aude, ils analysent les composés présents dans la pellicule du raisin qui donnent au vin son arôme et sa robe, en particulier les tanins et les anthocyanes. Des études révèlent qu'une fermentation traditionnelle permet d'en extraire seulement la moitié. A la fin des années 1990, le procédé de la « flash détente » est mis au point à Pech Rouge et fait l'objet d'un dépôt de brevet. Il consiste à élever la température du raisin à 95°C pendant quelques minutes, puis à l'abaisser très rapidement pour déstructurer les cellules de la pellicule et en libérer tous les composés<sup>57</sup>. Depuis 2006, les chercheurs de Pech Rouge coordonnent par ailleurs un programme financé par l'Agence nationale de la recherche (*Vins de qualité à teneur réduite en alcool - VDQA*). Ils s'efforcent de mettre au point des levures qui limitent la fermentation et travaillent parallèlement à l'élaboration de procédés de désalcoolisation. La présentation de ces recherches invoque un alignement sur les « attentes du marché »<sup>58</sup>. La question de « l'adaptation au goût des

---

<sup>54</sup> Les Chambres de Commerce et d'Industrie de Reims et de Dijon aident les représentants des entreprises vitivinicoles locales à se rendre au salon.

<sup>55</sup> La société Vivelys a pour but de mettre en rapport les entreprises vitivinicoles qui formulent des demandes spécifiques et les laboratoires d'agronomie capables d'y répondre ; elle affiche un slogan explicite : « Le bon vin est un vin qui se vend ». L'orientation vers des recherches internationalement consacrées peut être amplifiée par des effets de structuration internes. La direction de l'INRA l'encourage dans la mesure où elle y voit le moyen de compenser un déclin de « la reconnaissance inconditionnelle que lui accordait le milieu agricole » (Pierre Bourdieu, *Les usages sociaux de la science : pour une sociologie clinique du champ scientifique*, Paris, INRA, 1997, p. 46).

<sup>56</sup> Un croisement des structures est encore observé : en 2006, l'INRA de Montpellier et l'Institut Technique du Vin (remplacé par l'IFV l'année suivante) se fédèrent dans une Unité Mixte Technologique (UMT) baptisée QUALINNOV. Selon la présentation officielle, « la création de cette unité repose sur la volonté de développer, pour les deux structures, des actions de recherche et développement communes afin de contribuer à l'élaboration de vins et de boissons uvaies de qualité adaptés aux demandes des consommateurs » ; il s'agit de « mettre à la disposition de la filière viti-vinicole des outils et des méthodes permettant un pilotage des procédés en fonction de la typologie de produits demandée » (*Agropolis international actualités*, 29 janvier 2008).

<sup>57</sup> Quelques arguments peuvent prévenir les procès en extraversion. La « flash pasteurisation » est présentée par ses concepteurs comme une alternative aux produits chimiques communément utilisés dans le « Nouveau Monde ».

<sup>58</sup> « Remise du Laurier 2007 Ingénieur », Document INRA, 25 septembre 2007. En juin 2009, à l'occasion du salon Vinexpo de Bordeaux, l'entreprise Domaines d'Auriol lance un vin à 9° baptisé *So'Light*. Le prospectus indique que le produit répond à la demande d'une « nouvelle génération de consommateurs » et se place dans la

consommateurs » est posée : « la qualité des vins doit être construite pour eux par les œnologues. Face à ces constats au niveau biotechnologique, la recherche publique et professionnelle peut apporter des réponses concrètes, en complément des nécessaires efforts de commercialisation des vins »<sup>59</sup>.

Sous l'étendard du « nouveau consommateur », des économètres français se spécialisent également dans l'étude des marchés vitivinicole. Ils légitiment leurs prétentions à remplacer les experts plus anciennement établis en faisant valoir leur insertion dans des réseaux scientifiques internationaux. Nombre d'entre eux publient dans le *Journal of Wine Economics*, en co-signant régulièrement des articles avec des collègues anglo-saxons<sup>60</sup>. L'American Association of Wine Economists leur ouvre ses rangs et les associe à ses activités. En appui sur la méthode des « prix hédoniques », des analyses sont ainsi consacrées à la position des crus français. Des travaux visent à montrer que l'évaluation par les consommateurs de la qualité d'un vin est moins fondée sur le terroir (caractéristiques du sol, exposition du vignoble, etc.) que sur les techniques de vinification et la marque<sup>61</sup>. La dynamique engagée donne un nouvel élan à des structures européennes restées jusqu'alors confidentielles. Créée en 1991, la Vineyards Data Quantification society (VDQS) trouve une nouvelle légitimité ; en 2006, elle est transformée en European Association of Wine Economists (EuAWE), pour marquer un cousinage avec la société savante américaine. Elle adopte un slogan sans ambages : « Economists at wine-production service ». Les spécialistes ainsi organisés trouvent des débouchés académiques dans les écoles de management de Reims, Dijon et Bordeaux, ainsi qu'à l'Institut agronomique méditerranéen de Montpellier.

Au début des années 2000, les chercheurs qui travaillent sur le marketing du vin s'affirment à leur tour. L'école SupAgro de Montpellier établit notamment des liens étroits avec l'University of South Australia. Plusieurs de ses responsables collaborent directement avec Larry Lockshin et cosignent avec lui des articles spécialisés<sup>62</sup>. Ils participent par ailleurs aux deux premières éditions de l'International Wine Marketing Conference organisées à Adelaïde en 2003 et à Sonoma 2005. En juillet 2006, cette même manifestation se déroule de façon significative à Montpellier. Au terme des sessions, l'Academy for Wine Business Research (AWBR) est créée : elle vise à structurer un réseau international de recherche sur le marketing du vin et à favoriser les échanges entre le « Nouveau Monde » et l'Europe. Un chercheur de SupAgro Montpellier est intégré à son comité de pilotage. Par la même occasion,

---

catégorie des « vins novateurs qui épousent un nouveau marché ». Un conditionnement en bouteilles de 25 cl est choisi pour permettre un rangement dans les rayons de plats allégés. Des canettes sont également proposées pour la « consommation nomade ». Un partenariat est recherché avec des clubs de fitness.

<sup>59</sup> « De la vigne au vin : Biotechnologies, innovations et diversifications. Quelles perspectives en 2007 ? », Document de travail INRA, 12 février 2007. La lutte pour imposer une discipline passe par « la codification des contenus d'enseignement » : « le savoir enseigné devient un indice de l'institution et de la reconnaissance sociale de la discipline » (Dominique Vinck, *Sciences et société. Sociologie du travail scientifique*, Paris, Armand Colin, 2007, p. 77). Le développement des recherches en biochimie est conforté par la mise en place de formations spécialisées. Composante de l'Université de Bourgogne, l'Institut Universitaire de la Vigne et du Vin (IUVV) propose par exemple un Master « Procédés fermentaires appliqués à l'agroalimentaire » (M2). Les grandes entreprises vitivinicoles offrent de plus en plus de débouchés aux diplômés issus de ces filières. Elles ont recours à des « laboratoires conseil » pour améliorer leurs techniques de vinification. Nombre d'entre-elles vont jusqu'à créer leur propre unité d'analyse et à salarier des œnologues formés à la biochimie. L'internationalisation du cursus est alors un atout ; elle démonétise le savoir-faire du maître de chai, transmis « sur le tas » et lié à une exploitation (Marie-France Garcia-Parpet, *Le marché de l'excellence. Les grands crus à l'épreuve de la mondialisation*, Paris, Seuil, 2009, p. 149-150)

<sup>60</sup> <http://www.wine-economics.org/journal>

<sup>61</sup> Voir par exemple : Victor Ginsburgh, Olivier Gergaud, « Endowments, Production Technologies and the Quality of Wines. Does Terroir Matter? », *The Economic Journal*, 118, 2008, p. 142-157

<sup>62</sup> <http://marketingscience.info/people/larrypublications.html>

*l'International Journal of Wine Marketing* est transformé en *International Journal for Wine Business Research*. Cette nouvelle publication est directement adossée à l'AWBR et gérée par Emerald, leader européen de l'édition en management. Une *Wine Marketing Database* est également constituée et des *Wine papers* sont mis en ligne. De nouveaux établissements français peuvent intégrer le dispositif. L'Ecole supérieure d'agriculture d'Angers (ESA) recrute notamment des spécialistes du marketing. En son sein, le Laboratoire Grappe (Groupe de recherche en agro-industrie sur les produits et les procédés) s'oriente vers l'analyse sensorielle et développe des partenariats avec des entreprises vitivinicoles (en particulier le groupe « Alliance Loire Ackerman »). Depuis 2004, l'ESA organise également les Rencontres européennes de la viticulture en Val de Loire. Elle y met l'accent sur la nécessité de comprendre les attentes du « nouveau consommateur » et de s'y adapter en suivant le modèle offert par le « Nouveau Monde » : des intervenants américains, australiens et sud-africains sont régulièrement invités à livrer leur point de vue. La plaquette qui présente la troisième édition indique bien l'esprit dans lequel sont conçus ces échanges : « La filière viticole, dans un contexte en pleine évolution, cherche aujourd'hui à comprendre comment toucher ses consommateurs. Qui sont-ils ? Comment apprécient-ils le vin ? Quelles sont leurs attentes ? Interface entre consommateurs et producteurs, le marketing du vin est l'outil stratégique dont dispose la filière pour répondre à ses questions ». La thématique du « retard français » permet d'appuyer le propos : « en France nous avons des viticulteurs pour cultiver la vigne, des œnologues pour produire le vin, mais où sont les 'marketeurs' ? (...) Nous sommes loin de la conception australienne où le vin est un sujet d'étude à part entière pour les Universités de Marketing »<sup>63</sup>. Dans la même optique, Bordeaux Ecole de Management (BEM) ouvre en 2007 une chaire « Management du Vin » et organise chaque année une Journée du marketing du vin. Financées par le groupe vitivinicole Castel, les deux opérations visent à « relier les enseignements et la recherche aux applications des entreprises »<sup>64</sup>.

En plus d'intégrer des réseaux scientifiques internationaux et d'en tirer les moyens de consolider leur assise au niveau national<sup>65</sup>, les spécialistes français de la biochimie, de

---

<sup>63</sup> Hervé Hannin (professeur à SupAgro) surenchérit : en France, « les analystes de la filière vin se connaissent tous. Ce n'est pas difficile tellement nous sommes peu nombreux ! Est-ce normal pour une filière qui pèse des milliards d'euros dans la balance commerciale. Nous sommes suréquipés en institutions et sous-équipés en analystes » (*Vitinet*, 2 mars 2006)

<sup>64</sup> La structuration des recherches sur le marketing du vin a pour corolaire un rapide développement de formations spécialisées. Bordeaux Ecole de Management propose à partir de la rentrée 2008 un Mastère Spécialisé en Management des Vins et Spiritueux. La plaquette de présentation met l'accent sur la « mondialisation » des stratégies commerciales : « Les enjeux de la filière vins et spiritueux sont aujourd'hui mondiaux. Les entreprises sont désormais à la recherche de cadres possédant une double compétence : produit et managériale. Apprenez à maîtriser les techniques de vente, les outils de marketing opérationnel et stratégique, appréhendez la dimension culturelle des marchés et développez ainsi une connaissance globale de la filière ». Les cursus proposés mettent l'accent sur l'internationalisation : le groupe INSEEC délivre un Master en « Wine Marketing & Management » ; l'ESA d'Angers intègre à sa maquette un Master « International Vintage » ; le Groupe ESC Dijon met en place un Master « Commerce international des vins et spiritueux ». Plus emblématique encore, le « Diplôme International de l'OIV en management du secteur de la vigne et du vin » (*International OIV MSc in wine management*) est délivré au terme d'un enseignement découpé en 27 modules, étalé sur 16 mois et réparti entre plusieurs « pôles organisateurs » en Europe (parmi lesquels SupAgro Montpellier).

<sup>65</sup> Les disciplines qui ont perdu leur position centrale deviennent perméables au discours qui a permis l'ascension de leurs rivales. En 2004, le Congrès de l'Association of American Geographers se tient à Philadelphie. Un panel sur le vin y est organisé. Les participants décident de donner un prolongement à leurs échanges en fondant le Wine Specialty Group. Ils commencent à publier une *Newsletter*. Le premier numéro fait état d'un débat sur l'opportunité de recourir encore à la notion de « terroir ». Certains préconisent de l'abandonner en arguant du fait que « les techniques de vinification modernes rendent les facteurs environnementaux moins importants ». D'autres rétorquent que le climat auquel le cépage est soumis introduit toujours des variations significatives (*Wine Specialty Group's Newsletter* 1(1), 2004). En se concentrant sur l'effet des variables climatiques, les

l'économétrie et du marketing du vin voient leur statut d'expert conforté par l'évolution de l'OIV : ils sont logiquement mandatés par le gouvernement pour participer aux discussions sur les pratiques œnologiques autorisées. Cette reconnaissance n'est pas encore le gage d'une emprise généralisée sur la filière vitivinicole. Pour que les disciplines promues dans la hiérarchie académique deviennent incontournables aux yeux des hauts fonctionnaires et des acteurs économiques eux-mêmes – pour que l'autorité de leurs jugements ne fasse l'objet d'aucune contestation – il est nécessaire que la figure du « nouveau consommateur » soit naturalisée et devienne une évidence. La Commission européenne prend en charge cette opération. En suivant ses propres objectifs, elle travaille à l'« autonomisation » des propos diffus qui soulignent l'inadaptation de la production européenne aux évolutions du marché. Elle les inscrit dans une perspective historique, de façon à légitimer sa prétention à contrôler l'OCM, jusqu'alors dominée par le Conseil des ministres européens de l'Agriculture<sup>66</sup>. Les mots d'ordre énoncés dans la sphère académique sont réarticulés et inscrits dans un récit de politique publique : la transformation des modèles de consommation est présentée comme un mouvement de fond qui impose une rupture définitive avec les formes d'organisation économique accoutumées. Repris dans de multiples discours et imposé comme point de départ de toute discussion, ce schéma d'analyse débouche sur un « sens commun réformateur ». Un « modèle d'action » est défini : une inspiration doit être trouvée dans les recettes qui ont fait le succès du « Nouveau monde ». Un « dispositif de légitimation rhétorique » renforce le propos, en établissant des jeux d'opposition binaires (stagnation/dynamisme ; obsolescence/modernité) et en formulant un impératif de compétitivité<sup>67</sup>. Les chercheurs français qui importent de nouveaux savoirs trouvent là un moyen de mettre leurs arguments en perspective et d'échapper aux discours stigmatisant de leurs aînés, prompts à dénoncer une soumission aveugle aux « intérêts anglo-saxons ». La certification de leur compétence par la Commission européenne renforce encore leur statut d'expert et affermit leur position dans les espaces académiques nationaux<sup>68</sup>.

Le 16 février 2006, Mariann Fisher Boel organise à Bruxelles un séminaire intitulé « Défis et perspectives d'avenir pour les vins européens ». Parmi la centaine de personnalités conviées figurent des syndicalistes, des responsables du négoce et de la grande distribution, des représentants d'entreprises indirectement impliqués dans la filière vitivinicole (fabricants de levure ; chaînes de restauration, etc.) et des chercheurs. L'objectif est de préparer la réforme de l'OCM. Tous les participants se voient remettre un « document de travail ». L'accent y est mis sur la « flexibilité exigée pour s'adapter rapidement aux nouvelles techniques de production, aux nouvelles méthodes d'étiquetage et de commercialisation ainsi qu'à la demande des consommateurs ». Des ateliers sont organisés. Présidé par Lars Hoelgaard, directeur général adjoint à la DG AGRI, le premier est consacré à une question ciblée : « Comment renforcer la compétitivité des vins européens au sein de l'Union européenne et dans le monde ? ». Les participants doivent indiquer la façon dont ils entendent « répondre

---

chercheurs abandonnent tout questionnement sur l'adaptation de l'homme à son milieu ; ils s'éloignent de la définition « vidalienne » du terroir et s'alignent sur les formulations des économètres. On notera du reste qu'aucun géographe français ne participe aux activités du Wine Specialty Group.

<sup>66</sup> La capacité de la Commission à utiliser les arguments scientifiques pour « mettre en valeur ses propres centres d'intérêt » et ses « choix stratégiques » marque un contraste avec l'incapacité d'autres organisations, telles l'Organisation des Nations unies pour l'agriculture et l'alimentation (FAO), à produire un « discours de coordination » efficace (Eve Fouilleux, « A propos de crises mondiales. Quel rôle de la FAO dans les débats internationaux sur les politiques agricoles et alimentaires ? », *Revue française de science politique*, 59(4), 2009, p. 762 et 779).

<sup>67</sup> Patrick Hassenteufel, Bruno Palier, « Le social sans frontières ? Vers une analyse transnationaliste de la protection sociale », *Lien social et politiques*, 45, 2001, p. 13-27.

<sup>68</sup> Eve Fouilleux, *Réformer la Politique Agricole Commune. Idées, intérêts, institutions et action publique dans l'Union européenne*, Paris, L'Harmattan, 2002.

aux besoins et aux goûts des consommateurs ». Un autre atelier est intitulé « Les vins européens et les consommateurs ». Sous la présidence de Russell Mildon, directeur à la DG AGRI, il invite à creuser la question suivante : « Comment préserver l'authenticité et les caractéristiques du produit tout en acceptant les innovations et en répondant aux nouvelles tendances et aux nouveaux schémas de la consommation et des modes de vie ? »<sup>69</sup>. Un cadrage des débats est en somme proposé qui mobilise la figure du « nouveau consommateur » avec la force de l'évidence.

Le récit de politique publique est aussitôt approprié par le Comité européen des entreprises du vin (CEEV). Représentant et défenseur du négoce à Bruxelles, cet organisme n'a jamais pu jouer un rôle central dans l'OCM au cours des décennies passées : la mainmise du Conseil donnait un rôle prépondérant aux organisations régionales et nationales de producteurs, historiquement liées aux gouvernements des Etats membres. Les entreprises de négoce peuvent désormais contourner cette alliance en se rangeant aux côtés de la Commission. Le récit de politique publique tout juste élaboré leur permet d'adosser leur propos à des considérations générales – par contraste avec les appuis trop nettement corporatistes apportés aux réformes précédentes. Des communiqués de presse enthousiastes ponctuent le processus de négociation. Le CEEV « prône une réforme profonde afin de faciliter l'adaptation des productions, en quantité et en qualité et de répondre aux attentes du marché » ; un « axe prioritaire » est tracé qui consiste à réclamer « une plus grande ambition pour la conquête des nouveaux consommateurs » (CEEV, 4 juillet 2007). Les représentants européens du négoce attirent encore l'attention sur les « profondes réformes indispensables pour assurer la compétitivité et le développement durable de la filière vitivinicole européenne » (CEEV, 28 septembre 2007). En Novembre 2007, ils organisent un colloque à Taormina en accordant à Lars Hoelgaard le statut d'invité d'honneur. Le président du CEEV déclare : « il nous faut une réforme de l'OCM qui facilite nos décisions de production et nous permette de mieux répondre aux attentes nouvelles des consommateurs dans un marché de plus en plus ouvert et compétitif » (CEEV, 11 décembre 2007). Le négoce est « favorable aux orientations sur les pratiques œnologiques proposées par la Commission européenne » dans la mesure où elles permettent de « faire bénéficier l'ensemble des productions européennes des technologies les plus récentes pour préserver la qualité des produits et mieux répondre aux attentes des consommateurs » (CEEV, 19 mars 2009). Le contrôle de la Commission sur les normes œnologiques laisse espérer « un cadre de travail offrant plus de compétitivité pour les vins européens ». Il « permet au secteur européen de mettre en œuvre les pratiques internationalement reconnues afin de mieux répondre aux attentes des consommateurs » (CEEV, 24 juin 2009).

Les experts français engagés dans des instances nationales mobilisent de façon toujours plus nette la figure du « nouveau consommateur »<sup>70</sup>. Une fois engagées les négociations sur la

---

<sup>69</sup> Un troisième atelier est organisé sous le titre « Comment parvenir à une politique européenne durable en matière vitivinicole ? La contribution des vignobles européens aujourd'hui et à l'avenir ».

<sup>70</sup> La nouvelle alliance peut à son tour trouver des ramifications locales. Le Conseil régional du Languedoc Roussillon commence notamment à encourager le développement des savoirs sur la vigne et le vin. Il finance un *Programme de recherche pour et sur le développement régional* (PSDR) qui doit indiquer les moyens d'« adapter l'offre à l'évolution des modes de consommation des jeunes générations » (Développement régional Agriculture et IAA en Languedoc-Roussillon, Document de travail n°1, INRA, 2006). A partir d'octobre 2006, la Région finance par ailleurs la « marque ombrelle » Sud-de-France pour permettre aux producteurs locaux de s'aligner sur les méthodes de commercialisation développées dans le « Nouveau Monde » ; des « festivals Sud de France » sont organisés à Londres, Rio, Milan, Shanghai, Mexico, New York. En novembre 2009, la Direction régionale de l'agriculture et de la forêt confie enfin à des chercheurs de SupAgro Montpellier la mission d'élaborer un « scénario de développement » de la filière vitivinicole du Languedoc Roussillon pour les

réforme de l'OCM, ceux d'entre eux qui participent aux réunions du Conseil spécial agricole s'attachent à modérer les ardeurs de la Commission sur les terrains qu'ils jugent les plus sensibles : ils redoutent les conséquences sociales d'un arrachage massif et d'une libéralisation trop rapide des droits de plantation. Le transfert du contrôle sur les pratiques œnologiques est en revanche perçu comme une nécessité et ne provoque aucune passe d'arme. Une fois la nouvelle OCM adoptée, le gouvernement français n'adresse aucune mise en garde à la Commission. Loin de jeter un regard sourcilieux sur les nouvelles normes adoptées en matière de vinification, il s'efforce de les justifier auprès des viticulteurs. Le 29 mai 2008, un « plan quinquennal de modernisation de la filière vitivinicole française » est ainsi présenté lors d'une réunion du Conseil des Ministres. Le but affiché est de « mettre la viticulture française en ordre de bataille sur un marché mondial très concurrentiel ». Le ministre en charge du dossier affirme la nécessité d'un « assouplissement des procédures et la suppression de contraintes qui pénalisent la filière », ce qui passe notamment par « la réduction des contraintes réglementaires et administratives concernant la fixation des rendements, les pratiques œnologiques et les cépages autorisés »<sup>71</sup>.

## Conclusion

En adoptant une perspective de longue durée, nous pouvons comprendre les raisons pour lesquelles les autorités françaises ont accepté en 2007 de confier la définition des pratiques œnologiques à la Commission européenne, alors qu'elles s'y étaient fermement opposées en 1998. Plutôt que de mettre l'accent sur les stratégies déployées dans le cours même de la négociation, il convient de caractériser la rupture d'une alliance historiquement constituée autour de la viticulture française ; cette évolution n'est pas le résultat de quelque manœuvre ourdie à Bruxelles mais le produit indirect et non contrôlé de luttes de légitimation engagées dans différents espaces et à différentes échelles. Des catégories d'agents qui obéissent chacune à des mobiles propres en arrivent à se coaliser pour défendre une même conception de la filière vitivinicole. La défaillance ou la défection de l'une d'entre elles déséquilibre l'édifice et provoque un basculement sur tous les plans. La construction et la défense de savoirs légitimes s'avère dans tous les cas décisive. Dans un premier temps, une convergence est observée entre les agronomes spécialistes de l'écophysiologie et de la phytogénétique, les juristes qui s'intéressent à la régulation des marchés vitivinicoles et les géographes qui évaluent la qualité des terroirs : tous parviennent à faire reconnaître leur compétence en imposant une lecture fondée sur le principe de l'appellation protégée et sur une définition limitative des pratiques œnologiques. Le schéma fonctionne pour autant qu'il permet de livrer un discours articulé et qu'il s'imbrique dans les intérêts économiques de producteurs. Les services administratifs de l'Etat assurent une « autonomisation » des catégories de jugement qui le fondent et les font passer pour naturelles. Des ramifications sont trouvées dans des espaces locaux et des arènes internationales. Tant que cet équilibre prévaut, le transfert du contrôle sur les normes de vinification ne peut être envisagé. Le renversement est provoqué par la structuration de nouvelles formes d'expertise qui accompagnent la politique commerciale des entreprises formées aux Etats-Unis, en Australie et en Afrique-du-Sud. Des réseaux scientifiques internationaux sont rapidement constitués. Des chercheurs français spécialisés en biochimie, en économétrie et en marketing s'y insèrent. Ils y puisent des ressources qui leur permettent de contester la hiérarchie académique établie et de s'affirmer à leur tour comme des experts de la vigne et du vin. Leurs discours évoquent de façon diffuse

---

deux prochaines décennies – en imitation de la démarche prospective et stratégique retenue en Australie et en Afrique-du-Sud dans les années 1990.

<sup>71</sup> Communiqué. Conseil des ministres du 29 mai 2008. « Le plan de modernisation de la viticulture française »

un « nouveau consommateur » qui orienterait désormais le cours des marchés en formulant des « demandes » inédites. Dans l'objectif de s'affirmer face au Conseil des ministres européens de l'agriculture et de légitimer ses prétentions à exercer un contrôle accru sur la filière vitivinicole, la Commission européenne se saisit de cette figure légitimatrice. Elle assure son « autonomisation » en l'inscrivant dans un récit de politique publique : selon cette vue, une grande mutation serait à l'œuvre à laquelle il ne serait possible de faire face qu'en s'alignant sur les schémas d'organisation retenus dans le « Nouveau Monde » - en assouplissant notamment les règles qui encadrent les pratiques œnologiques. Les représentants du négoce trouvent là un moyen de mettre leur argumentaire en ordre. Les nouveaux experts français y puisent un supplément de légitimité. Une coalition est formée qui permet l'adoption du projet jusqu'alors contesté.

En somme, la Commission européenne ne parvient à imposer ses vues qu'en tirant partie d'une évolution des rapports de force qui la dépasse très largement. Le changement décisif n'est pas le fait des hauts fonctionnaires européens eux-mêmes, ni des représentants des Etats membres ou des opérateurs économiques qui cherchent un relais auprès des uns ou des autres. Il trouve son origine dans une sphère académique qui, tout en obéissant à sa propre logique, fournit les clés d'une alliance entre plusieurs catégories d'agents. Au-delà de la filière vitivinicole, il semble par conséquent utile d'accorder une attention systématique au rôle joué par la recherche dans la légitimation des politiques européennes.