



HAL
open science

Recension de l'ouvrage "Le marché des réputations, une sociologie du monde des vins de Bordeaux / Pierre-Marie Chauvin, Bordeaux, éditions Féret, 2010"

Andy Smith

► **To cite this version:**

Andy Smith. Recension de l'ouvrage "Le marché des réputations, une sociologie du monde des vins de Bordeaux / Pierre-Marie Chauvin, Bordeaux, éditions Féret, 2010". *Sociologie du Travail*, 2011, 53 (4), pp.540-541. 10.4000/sdt.10432. halshs-00656165

HAL Id: halshs-00656165

<https://shs.hal.science/halshs-00656165>

Submitted on 30 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Le marché des réputations, Une sociologie du monde des vins de Bordeaux, P.-M. Chauvin

Éditions Féret, Bordeaux (2010). 267 pp.

Andy Smith

RÉFÉRENCE

Pierre-Marie Chauvin, *Le marché des réputations, Une sociologie du monde des vins de Bordeaux*, Éditions Féret, Bordeaux (2010). 267 pp.

- 1 Que pourrait-on dire de plus sur l'univers des Grands Crus bordelais ? Sur ces produits d'un cercle d'acteurs très restreint vendus à une élite mondiale à des prix faramineux, que pourrait apporter un regard des sciences sociales ? Tiré d'une thèse de sociologie, ce livre montre avec finesse et élégance que les pratiques sociales, économiques et politiques liées à ces vins peuvent et doivent être étudiées de près, à condition de les rendre comparables à d'autres. Plus exactement, en s'inscrivant dans une sociologie des marchés institutionnaliste qui, depuis une quinzaine d'années, se revitalise, Pierre-Marie Chauvin fait l'exploit de mettre pleinement en lumière les dynamiques clés du monde des Grands Crus tout en proposant une lecture généralisable de ce qu'il appelle « les sources de réputation ».
- 2 De manière relativement classique, cette grille d'analyse exige tout d'abord que le chercheur examine de près *le statut*, ou plus exactement *la configuration statutaire*, dont bénéficie chaque Grand Cru. Selon l'auteur, celle-ci est toujours le produit d'un travail politique et social, mené au cours de l'histoire par une pluralité d'acteurs, qui vise à situer le vin en question par rapport à des *dispositifs* d'évaluation et à leurs critères respectifs. Comme le montre la partie I, dans le cas du Bordelais, le fameux « classement de 1855 » structure fortement les dispositifs les plus saillants en participant au phénomène de *clôture statutaire*. Mais loin de se contenter d'un travail

d'archive, P.-M. Chauvin a mené une enquête par entretien extensive sur les tentatives récentes de réactualisation du classement. Ici, la très grande reproduction des statuts hérités du XIX^e siècle est expliquée de manière minutieuse.

- 3 Ce socle posé, l'ouvrage prend ensuite vraiment son envol dans des parties très originales consacrées aux « chiffres » (II) et aux « entrepreneurs » (III) de la réputation qui mettent davantage en lumière d'autres institutions de cet espace social qui laissent une plus grande marge pour le changement. Tout d'abord, « l'architecture des prix » des Grands Crus est décortiquée afin d'expliquer les causes de sa construction sociale. Plus spécifiquement, l'ouvrage montre en détail comment diverses professions — des producteurs, des négociants, des courtiers, des critiques, des distributeurs — contribuent à cet édifice par leurs actes quotidiens et leurs interdépendances. Un développement approfondi est effectué sur le rôle complexe et central que jouent les prix de sortie en primeurs. De même, l'impact controversé des notes données par les critiques vinicoles en général, et par Robert Parker en particulier, est analysé avec brio — et tout ceci afin de montrer les relations de causalité prix, cognition et réputations.
- 4 La dernière partie de l'ouvrage prolonge ces constats en donnant une place dans l'analyse à une catégorie d'acteurs qui, depuis une vingtaine d'années, ont fortement marqué les Grands Crus, et plus généralement le secteur vitivinicole : les consultants œnologues. En mobilisant notamment les récits de vie et de carrière de certains d'entre eux, P.-M. Chauvin montre non seulement comment cette profession a pu s'enraciner dans le milieu en remplaçant partiellement les œnologues « scientifiques » (rattachés à des laboratoires, voire à des universités), mais aussi comment et pourquoi autant de producteurs se sont pressés pour acheter à la fois leurs conseils et leur « signature » dans l'espoir de mieux faire et vendre leur vin.
- 5 Au total, ce livre constitue une réussite exemplaire à la fois sur le plan de l'analyse de son objet empirique et sur celui de sa contribution à la théorie sociologique. Nous laisserons aux spécialistes de « l'économie des singularités » (ex. Lucien Karpik) la tâche de se prononcer sur son apport sur le plan de la micro-sociologie de l'activité économique. En tant que politiste dont l'objet est davantage la régulation politico-économique des industries, nous voudrions plutôt saluer la passerelle interdisciplinaire ouverte par cet ouvrage entre la sociologie, l'économie et la science politique et soulever une interrogation concernant son prolongement éventuel. Cette passerelle est indissociable de la variante institutionnaliste adoptée par P.-M. Chauvin qui lui permet de centrer son analyse sur l'évolution concomitante des pratiques et des règles. Son hypothèse sur *les frictions réputationnelles* qui, en impulsant les tentatives de reproduction et de changement des réputations, produisent les hybridations catégorielles et ainsi de l'innovation économique, mérite d'être généralisée à d'autres objets et confrontée avec confiance à d'autres manières d'aborder le changement institutionnel.
- 6 Notre interrogation principale concerne le rapport entre l'univers des Grands Crus et le reste de l'industrie vitivinicole. P.-M. Chauvin analyse bien d'un côté les phénomènes de « clôture » propres à ce monde social et, de l'autre, ses liens avec les espaces sociaux, économiques et politiques externes qui empêchent son autonomisation totale. Par exemple, il montre que beaucoup des règles qui structurent les comportements des acteurs des Grands Crus sont tout à la fois « locales » et « pluri-territoriales ». Pour autant, l'ouvrage aborde une série d'interdépendances qui, en dépassant la filière des

Grands Crus bordelais, obligent les acteurs concernés à se positionner au sein d'une industrie plus large. S'il est certain que les Grands Crus bénéficient d'une réputation globale telle que leurs propriétaires sont généralement bien placés pour concurrencer les autres vins français et étrangers qui appartiennent à cette « gamme », peut-on faire abstraction des « challengers » ? Ensuite, beaucoup de propriétés produisant les Grands Crus fabriquent aussi les deuxième, troisième ou quatrième vins qui sont commercialisés à des prix plus bas, selon d'autres logiques et à travers d'autres canaux de distribution. Au sein d'une exploitation viticole qui adopte cette pratique, n'y a-t-il pas des stratégies commerciales, financières et techniques qui auraient pu être prises plus en considération ? Au fond, cette question empirique renvoie à une interrogation plus théorique : quels ajustements au modèle d'explication de P.-M. Chauvin seraient nécessaires si l'on voulait le transposer à l'analyse d'autres biens économiques, notamment ceux où la concurrence entre les entreprises s'articule plus directement avec les fluctuations de « l'offre » et de « la demande » (par exemple, les vins de Bordeaux de milieu de gamme) ?

AUTEURS

ANDY SMITH

Centre Émile Durkheim, Sciences Po Bordeaux, 11, allée Ausone, 33607 Pessac cedex, France
a.smith[at]sciencespobordeaux.fr