



**HAL**  
open science

## Le vin symbole de civilisation

Boris Pétric

► **To cite this version:**

Boris Pétric. Le vin symbole de civilisation : une identité culturelle débattue en Europe. Le vin est-il un produit culturel? [colloque], Université de la Vigne et du Vin, Oct 2008, Ferrals-les Corbières (Aude), France. pp.18-32. halshs-01851852

**HAL Id: halshs-01851852**

**<https://shs.hal.science/halshs-01851852>**

Submitted on 31 Jul 2018

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

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

# LE VIN SYMBOLE DE CIVILISATION : une identité culturelle débattue en Europe

**Boris Petric**

*anthropologue, chercheur CNRS*

Effectivement ça peut vous paraître un peu singulier qu'un anthropologue spécialiste de l'Asie Centrale s'intéresse à un moment donné au vin en Languedoc Roussillon et plus précisément dans les Corbières. Effectivement je ne suis pas un spécialiste du vin, mais je vais essayer de vous faire part de mon regard exotique sur une culture que vous connaissez bien mieux que moi, sur un univers que vous vivez au quotidien et que j'ai partagé pendant 5 ans avec de nombreux viticulteurs, vigneron, et habitants de cette région.

Finalement qu'est-ce que l'anthropologie ? C'est une démarche qui consiste à s'immerger dans un univers social et essayer de comprendre comment le groupe que l'on étudie s'organise, comment il entretient un rapport particulier à l'espace, comment il organise une hiérarchie sociale, l'exercice du pouvoir, bref son rapport au monde. Effectivement, comme vient de le rappeler Nadine, j'avais proposé de travailler en Languedoc-Roussillon sur les questions liées à l'élargissement européen. Pourquoi ? Pour plusieurs raisons. Tout d'abord, comme vous le savez, le vin a joué un rôle très important dans l'histoire du 20<sup>ème</sup> siècle en Languedoc-Roussillon d'où la notion de Midi rouge pour qualifier l'importance de la monoculture viticole mais aussi une expérience politique qui a été très liée à un rapport souvent contestataire avec l'Etat français mais qui fait que cette région s'est intégrée à l'espace national à travers cette histoire viticole.

Le vin était intéressant pour penser l'évolution politique actuelle. L'Etat joue de nos jours un rôle totalement différent en matière de régulation sociale et en matière de régulation économique. L'époque où l'Etat légiférait sur le vin, régulait le prix du vin, est révolue. Aujourd'hui il y a des déplacements des lieux de pouvoir avec la Commission européenne à Bruxelles, le Parlement européen à Strasbourg mais aussi à Genève avec la montée en puissance de l'OMC.

Dans ces circonstances, la culture politique évolue aussi. Nous avons eu ce matin une illustration d'une de ces spécificités, avec le discours des élus de ce matin dont la légitimité repose sur la représentation d'une population très, très concernée par les questions viticoles et où on voit cet art oratoire assez singulier de la région depuis Marcellin Albert, en passant par certaines personnes présentes ici comme Jean Vialade. Il y a d'autres sociétés viticoles où cet art oratoire n'est pas aussi important, notamment dans le Bordelais. Je reviendrai sur la signification sociale que ce rapport à l'oralité permet de singulariser ici.

Avant d'aller plus loin, je voudrais préciser que j'ai mené cette étude dans les Corbières et l'ensemble de la région Languedoc Roussillon, à un moment très particulier : des négociations qui se sont déroulées dans le cadre de l'OMC sur les échanges mondiaux notamment sur les échanges agricoles, la nouvelle OCM, Office Communautaire de Marché, organisation européenne qui fixe les échanges européens, notamment en matière de vin, et les discussions qui ont eu lieu au sein de la société française pour redéfinir le vin, face à la mondialisation, doit-on accepter de modifier sa composition, de rajouter des copeaux de bois...

Ces trois événements ont des répercussions locales. Cette enquête s'est déroulée dans un contexte d'autant plus particulier que ces années ont été liées aux commémorations des événements de 1907 et les événements de 1976 à Montredon. Finalement, à différentes échelles, au niveau local, au niveau national, international, ces discussions recourent trois grandes questions : qu'est-ce que le vin ? Comment définir les conditions de production et comment définir les conditions de sa consommation et de sa commercialisation ? Tout cela a des implications sur d'autres aspects de la vie sociale qui fait que pour la France et en particulier pour le Languedoc-Roussillon, le vin n'est pas une marchandise comme une autre. Ce n'est pas un produit comme un autre.

Après ces premières précisions, on peut maintenant en venir à la question qui nous intéresse tous pendant ce colloque, le vin est-il un produit culturel ?

Un intellectuel français, Roland Barthes, dans les années 50 chassait les mythes. Il était à la recherche des mythes qui structuraient la société française et disait à propos du vin : « Le vin est senti par la nation française comme un bien qui lui est propre, au même titre que ses 360 espèces de fromage et sa culture. C'est une boisson totem correspondant au lait de vache hollandais ou au thé absorbé cérémonieusement par la famille royale anglaise ». Cette phrase est une

illustration que le vin n'est pas seulement une marchandise, c'est un produit qui charrie de nombreux aspects de la vie sociale en France. En disant que c'est un produit singulier pour la France, on opère immédiatement une distinction avec les autres cultures. La culture française du vin peut ainsi se confronter à d'autres cultures, d'autres produits culturels.

C'est à ce titre que la France a négocié et demandé, dans le cadre des négociations de l'OMC, une exception culturelle pour certains produits et notamment les produits culturels dont le cinéma. Dans ces grandes enceintes mondialisées, on est aussi finalement dans des rapports humains qui s'affrontent où chacun met en valeur sa culture, sa spécificité. Mettre en avant sa propre culture, c'est aussi se confronter à celle de l'autre. Il y a parfois des situations assez surprenantes. Par exemple, pendant la Coupe du Monde en Corée du Sud, grand moment de la globalisation, certaines organisations lobbyistes européennes de défense des animaux ont essayé d'interdire la consommation de chien et de chat dans ce pays. Dans ce cas de figure, on se confronte à des pratiques alimentaires qui renvoient à des interdits dans notre propre univers culturel et à des éléments presque sacrés qui deviennent rapidement très émotionnels. Mêmes discussions lors des Jeux Olympiques en Chine. Il est légitime de se poser la question : accepterait-on, que dans le cadre d'un événement mondial organisé en France, l'Inde, pays où la vache a un caractère sacré, voudrait nous interdire la consommation de bœuf pendant cet événement ? Ça montre la difficulté, dans la mondialisation, de se confronter à la culture de l'autre.

Revenons maintenant au vin et à son histoire au sein de la société française. Le vin a une image ambivalente dans l'histoire hexagonale. C'est ce qui peut faire du bien à notre corps mais c'est ce qui peut aussi nous nuire si on en abuse. Dans l'histoire viticole du Languedoc Roussillon, on sait qu'elle a fait la fortune de certaines familles mais qu'elle a conduit aussi à la ruine d'autres familles. Il y a une dimension mythique dans le vin. Non pas dans un sens péjoratif que l'on utilise aujourd'hui à savoir quelque chose qui serait de l'ordre du factice ou de fictif, mais dans le sens grec à savoir que le mythe est une représentation amplifiée, pouvant prendre un caractère légendaire mais qui sert surtout à unir les hommes et à les différencier. Comment parler de ce mythe du vin en France, au moment où notre Président de la République se vante de ne pas boire de vin. Il n'en reste pas moins que la plupart des Français vivent le vin comme quelque

chose d'incontournable, qui fait partie d'eux-mêmes et qui nous relie les uns les autres à l'échelle locale, régionale ou nationale. Par ailleurs, pour beaucoup, le vin reste une affaire française. De nombreux Français connaissent peu l'existence de vins européens, allemand, italien, espagnol et encore moins les vins produits sur d'autres continents. On pense donc forcément en termes d'opposition, en termes d'opposition culturelle voire de civilisation. Dans un contexte de globalisation, on assisterait donc à une espèce de choc des civilisations du vin. Je reprends cette expression de « choc des civilisations » parce qu'elle me paraît intéressante pour essayer de la décliner sur la question du vin. Cette expression est empruntée à un politologue américain, Samuel Huntington qui a été très en vogue aux Etats-Unis et qui a énormément influencé l'administration américaine de G Bush dans sa politique extérieure. Selon lui, on assisterait à l'évolution d'un monde qui irait vers un choc non plus des idéologies, le rapport Est/Ouest, non plus un choc des nations mais dans l'affrontement entre des blocs de civilisations : chrétiens d'un côté, musulmans de l'autre, un monde confucianiste par ailleurs. Cette vision a été très critiquée par certains intellectuels pour plusieurs raisons. D'abord parce que l'unité du monde chrétien ou l'unité du monde musulman reste à prouver et de plus c'est une vision sociale qui donne un primat à la religion et à la culture, pour comprendre comment les gens pensent leur appartenance et comment s'organisent les conflits dans notre monde.

On pourrait prendre cette métaphore du choc des civilisations pour comprendre les tensions liées à la mondialisation du vin. Est-ce pertinent de raisonner en termes d'opposition culturelle, d'opposition civilisationnelle pour comprendre ce qui se passe aujourd'hui dans le monde du vin ? Ici, dans la région du Languedoc, la mondialisation du vin est actuellement vécue par de nombreux viticulteurs et vigneronns sur le registre de la défaite, de la perte, d'une mort annoncée, d'une lutte à mener contre les vins du Nouveau Monde. Pour l'opinion française, le vin produit ailleurs, manque d'authenticité, donne mal à la tête et cela sert à définir l'Autre qui serait « barbare », incapable de produire, ni de boire correctement du vin. On cite les Américains coupant le vin au Coca Cola ou les Chinois qui ne seraient pas capables de différencier un vin de la vigne d'un vin de rose. Dans les pratiques alimentaires, il y a des marqueurs identitaires forts qui renvoient à des choses émotionnelles. Elles touchent à la production du produit et renvoient à l'angoisse d'une délocalisation de la viticulture vers de

nouveaux vignobles en Chine ou ailleurs. Cela renvoie à notre poids économique dans les rapports mondiaux : nous sommes toujours les premiers producteurs mondiaux de vin, mais avec l'angoisse d'une possible fin de cette puissance et l'émergence d'une concurrence qui serait déloyale du vin du Nouveau Monde. Il y a aussi une angoisse par rapport à la maîtrise du goût. L'apparition de nouveaux consommateurs imposent une nouvelle définition du goût qui se réalise de plus en plus loin de nos chais et fait que l'on perd la relation directe entre ceux qui produisent un produit et ceux qui le consomment. Dans cette configuration, les vins d'Argentine, d'Australie font souvent figure « d'ennemi » à abattre par excellence. Cette analyse amène souvent certains responsables viticoles ou certains responsables politiques à poser les problèmes en termes d'opposition nationale : les Français contre les Australiens ou même en termes d'opposition culturelle entre Européens ou Américains, en suggérant qu'il y aurait une forme d'opposition presque naturelle entre notre Europe et le Nouveau Monde. C'est ne pas comprendre la complexité de ce que nous vivons actuellement et que nous appelons mondialisation. La mondialisation est en fait une intensification des flux de personnes, de biens, de capitaux et d'idées au niveau planétaire. Cela signifie que les frontières actuellement bougent et qu'il y a des choses qui circulent, des hommes, des idées, des capitaux, des marchandises mais il y a des choses qui circulent plus difficilement. Pour être concret, on peut être un spécialiste du vin et aller faire du vin en Australie mais on peut difficilement faire circuler la notoriété d'un vin car le vin touche à deux choses : un savoir-faire mais aussi à la notoriété, c'est à dire à un savoir immatériel, à un patrimoine qui fait qu'un vin a une certaine Aura que d'autres n'ont pas.

Je vais essayer d'aborder cette complexité à travers l'étude que j'ai menée dans la région et comprendre comment la région vit cette relation à la mondialisation et ses bouleversements.

## 1. Un bref historique de la mondialisation du vin

Même si Rome s'est pensée comme un Empire éternel, il s'est effondré. L'histoire montre que les choses bougent et ne sont pas immuables. Même si beaucoup de gens ici ont le sentiment que l'histoire viticole a toujours été une

réalité du monde social en Languedoc Roussillon, ce n'est pas tout à fait la réalité. Par ailleurs les hommes n'ont pas bu du vin de tout temps. Ce petit rappel sert surtout à souligner que les mécanismes de mondialisation et d'industrialisation du vin que certains acteurs français critiquent, ont été initiés par des européens. D'une certaine manière, il ne faut pas oublier que les français ont été les acteurs de cette mondialisation beaucoup plus que les victimes. Nous avons diffusé le vin à travers le monde et avons ainsi contribué à ce que « les autres » deviennent consommateurs de vin, et aujourd'hui force est de constater que de plus en plus de monde boit du vin au quatre coins de la planète. L'Europe d'aujourd'hui a hérité de la vigne et de la viticulture de la Mésopotamie. Le monde Grec puis l'aventure impériale romaine nous a légué le vin, puis les vignobles. Le développement de la vigne dans le Nouveau Monde, notamment en Amérique Latine, est lié à la diffusion par les congrégations religieuses européennes : espagnoles au Mexique, et Franciscains, Dominicains, Jésuites en Californie. Plus tard, parmi les Protestants qui fuient le Sud de la France vers les Pays-Bas, certains d'entre eux, les Huguenots, s'installent en Afrique du Sud et sont aussi liés au développement du vignoble sud-africain. Les Juifs hongrois, qui fuient l'Europe Centrale, jouent aussi un rôle très important dans le développement des vignobles aux Etats-Unis. De plus de grandes entreprises viticoles européennes au 19ème siècle et au 20ème siècle ont joué un rôle important dans le développement des vignobles du Nouveau Monde. Ce n'est donc pas qu'une question d'opposition « nationale » entre Australiens ou Français mais c'est beaucoup plus une opposition en termes de choix et de modèle politique. Dans la même perspective, il faut savoir que les leaders aujourd'hui de l'économie viticole en Australie, en Afrique du Sud sont souvent des Français ; c'est Pernod Ricard avec sa marque « Jacob Kreek », ou LVMH qui plantent des vignes dans le nouveau Monde et qui produisent des vins qui viennent ensuite concurrencer le vin français.

Comme je le rappelais, le vin est un patrimoine matériel lié à l'accumulation des savoirs. Ce savoir peut circuler, s'exporter. Il est important de rappeler que certains de nos concitoyens sont responsables du développement de ces vins du Nouveau Monde. Il ne faut donc pas penser cela uniquement en terme d'opposition culturelle mais en termes de choix politiques à un choix économique d'orientation vers l'économie libérale.

Mais le vin est aussi un patrimoine immatériel. S'il est facile de déplacer ce que l'on appelle dans le milieu des initiés un « flying wine maker », il est beaucoup plus difficile de faire circuler le patrimoine immatériel. Un « flying wine maker » (faiseur de vin volant), c'est par exemple Michel Roland, un œnologue capable de conseiller des vigneronns aussi bien dans le bordelais, à Cahors que le lendemain en Australie, en Inde, en Chine ou en Argentine. Le vin est aussi un patrimoine immatériel qui se fonde sur sa notoriété, qui passe par des choses qui n'ont pas un rapport direct au vin. Par exemple, la réputation du Bordeaux a été assurée par des commerçants qui ont voyagé, mais aussi par la littérature. Montesquieu disait « Je ne sais pas si mes livres sont célèbres grâce à la réputation de mon vin ou si c'est mes livres qui ont fait la réputation de mon vin ».

## 2. L'histoire du Languedoc Roussillon

Le Languedoc Roussillon s'est connecté de manière tardive à l'histoire viticole européenne, au cours du 19<sup>ème</sup> siècle. Même s'il y a probablement eu des vignes en Languedoc Roussillon à l'époque romaine, jusqu'au début du 19<sup>ème</sup> siècle, l'activité principale était une économie fruitière et céréalières. Le vignoble s'est développé à un moment où ce que l'on appelait jadis le vignoble parisien tombe malade et disparaît totalement. C'est le moment de l'industrialisation du pays qui produit une nouvelle demande alimentaire pour le monde ouvrier, mais c'est aussi un moment d'une forte demande de l'État avec notamment l'armée qui devient un des principaux acheteurs de vin.

Si on prend un peu de recul sur l'histoire viticole du Languedoc Roussillon, on relativise cette idée d'une permanence de la viticulture.

Le Languedoc Roussillon entre dans l'histoire viticole au début du 20<sup>ème</sup> siècle de plein fouet si j'ose dire, avec des acteurs très forts. Lié au départ à un monde de grands propriétaires, le développement du vignoble va vite être concurrencé par un modèle d'inspiration socialiste : développement des caves coopératives, émergence de ce qu'on appelle aujourd'hui le Midi rouge. Le Midi rouge va donner lieu à l'émergence de représentants singuliers. Les députés du vin vont jouer un rôle de lobby viticole à l'Assemblée Nationale et vont être à l'origine de certaines lois pour légiférer sur la définition du vin. Tout un ensemble de décrets des années 1920 sont issus de ce poids des députés du vin. Ce monde



qui émerge et qui va structurer l'histoire viticole jusqu'à la fin des années 1970 dans cette région, c'est le monde de la coopération, du mutualisme, caractérisé par des idées socialistes. Le vin n'est plus seulement une manière d'organiser la production, c'est aussi une manière de penser le rapport au territoire, le rapport au travail, dans une organisation collective. C'est ce qui fait la spécificité des paysages mais aussi de l'urbanisme : il y a par exemple très peu de châteaux en Languedoc-Roussillon, mais plutôt des villages viticoles avec des maisons de viticulteurs. Le vignoble n'est pas considéré comme un espace privatif. On peut y circuler, ce qui montre aussi l'importance d'activités collectives comme la chasse et les cueillettes. Il existe d'autres vignobles où les parcelles sont closes et où l'accès est prohibé. Cela montre aussi une certaine conception de la hiérarchie entre les hommes. Ce qui est important pour se distinguer dans la vie sociale de ce pays, ce n'est pas d'être un « héritier », comme dans la société bordelaise, société plutôt bourgeoise, où ce qui fait la réputation c'est le patrimoine familial. Ici, ce qui compte c'est d'abord d'être capable de faire ses preuves : par sa capacité au travail mais aussi par la capacité à maîtriser l'art oratoire. Les grands leaders, au niveau des caves coopératives et ensuite, des syndicats des viticulteurs ou même les élus de la région, s'illustrent et se singularisent dans l'histoire de la société française par justement cet incroyable art oratoire que les leaders viticoles maîtrisent. On les appelle les députés du vin, mais on nomme par ailleurs les syndicalistes « guerriers du vin ».

Ce monde très structuré est relativement cohérent à une époque où les valeurs qui touchent au vin sont différentes des valeurs qui sont propres au vin aujourd'hui. C'est une époque où le vin de table est considéré comme une boisson énergétique, c'est le vin aliment qui est très consommé par la population française populaire, par un monde ouvrier, par un monde rural encore majoritaire. C'est une époque où l'eau est considérée comme impropre à la consommation. Pasteur préconise la consommation du vin et en fait même l'éloge pour ses vertus thérapeutiques, c'est le temps du vin médicament. Le vin ne se limite donc pas aux sphères de l'économie et de l'alimentation ni même de la santé, mais il touche différents registres de la vie sociale.

Les années 1920 donnent lieu à une législation pour définir ce qu'est le vin à un moment où une des revendications des manifestants de 1907, c'était le respect du vin naturel.

La définition législative du vin va tout de suite poser la question du rapport à l'espace et la question identitaire pour déterminer justement l'origine du vin. On dénonce alors les vins coupés, les vins venus d'Algérie, à travers la définition d'un « français », on renforce la vision d'un territoire singulier. Cela va donner lieu à deux modèles viticoles en France : un modèle de vins courants et un vin dit de notoriété. Il faut faire attention à cette distinction car s'ils sont souvent opposés dans la réalité, on se rend compte en y regardant de plus près que ces deux modèles sont présents dans la plupart des régions françaises, c'est la répartition de ces deux tendances qui singularise les régions. Par exemple il est fréquent de dire qu'à Bordeaux on produit un grand vin de terroir et qu'en Languedoc-Roussillon, on produit essentiellement des vins de table. En fait lorsqu'on regarde de plus près, c'est complètement faux, les deux modèles sont présents dans toutes les régions viticoles.

On assiste même depuis quelques décennies à une industrialisation vers le terroir et un terroir qui s'industrialise. Par exemple dans le Bordelais, se développe le vignoble de l'Entre-Deux-Mers, avec finalement comme résultat un vin assez proche de celui qui est produit dans la plaine narbonnaise. Dans le Bourgogne également, il y a certes un vin de terroir, mais se développe aussi dans les côtes du Chalonais, un vin industriel. On pourrait faire la même remarque pour le Languedoc-Roussillon. S'il y a un vignoble majoritairement lié à un vin courant et industriel, il y a aussi, notamment depuis les années 1970, un vin de terroir qui peut se comparer à d'autres vignobles dans le Bordelais. C'est donc le rapport entre ces deux modèles qui est en train d'évoluer actuellement.

### **Après les années 1970**

Le monde relativement unitaire qui existe jusqu'à la fin des années 1970, va s'effondrer en Languedoc Roussillon pour plusieurs raisons. Tout d'abord la population française change, avec une baisse de la population rurale, un déclin du monde ouvrier ainsi qu'un changement de rapport à l'Etat. Ce dernier décide avec l'eupéanisation de ne plus jouer un rôle au niveau économique, de ne plus fixer le prix du vin et donc de laisser le marché « s'autoréguler ». C'est ce qui s'est traduit dans région au niveau politique par les événements de Montredon qui marquent le début de la fin d'un face à face entre l'Etat français et le Languedoc Roussillon et la concurrence avec les vins italiens.

Au niveau de la production, les observateurs parlent pour qualifier cette rupture d'une « révolution qualité » dans la région. Ce qui est étonnant, c'est de voir qu'il y a eu une certaine intériorisation locale de l'idée que le Languedoc Roussillon a produit du vin de mauvaise qualité. Il est vrai que des ministres de l'Etat français ont bien véhiculé cette idée en parlant de « piquette » et de « gros rouge » pour stigmatiser ces vins. En adoptant la « révolution qualité », il y a eu aussi une forme d'intériorisation au niveau local que le vin de consommation courante doit disparaître pour faire triomphe à un modèle de consommation liée à des pratiques de distinction sociale. En quelque sorte, la révolution qualité va enclencher une logique qui consiste à défendre l'idée que le vin doit être cher pour être bon. Il y a eu une forme d'intériorisation sociale regrettable car le vin n'est pas seulement un vin de distinction sociale qui se consomme à des moments très particuliers et qui doit être cher pour prouver sa qualité. On retrouve cette mythologie ailleurs : quand vous allez chez les Bourguignons, ils vont vous dire qu'ils sont des « éleveurs de vin » et tiennent à se distinguer des languedociens, qui selon eux, des « éleveurs de raisins ». Il y a des oppositions régionales mais aussi des oppositions sociales sous-jacentes qui relèvent d'un discours et qui ne renvoient pas exactement à la réalité de ce qui se fait.

### **Les années 1980**

C'est une période de « brouillages des cartes » où tout change, notamment le vignoble en Languedoc Roussillon. Le monde des coopératives qui a produit ce vin courant est bouleversé par la révolution qualité mais c'est aussi l'arrivée au pouvoir des socialistes en France et la montée en puissance de Bruxelles et l'intégration de pays producteurs de vins comme l'Espagne et le Portugal.

### **3. La situation actuelle perçue au cours de l'étude**

Après ce long détour historique, venons en maintenant à ce qui se passe aujourd'hui. Au début de mon enquête, ce qui me frappe, c'est l'antagonisme local entre plusieurs univers. C'est un monde social qui est très marqué par des permanences avec de fortes oppositions dont les personnes n'ont de cesse de rappeler : l'opposition cave coopérative/cave particulière qui recoupe d'autres oppositions, parfois politique droite/gauche, mais aussi des oppositions

géographiques entre la plaine et les coteaux ou encore on évoque l'opposition entre appartenance à différentes loges maçonniques Grand Orient/GLNF.

Paradoxalement, je constate parallèlement que le monde du vin connaît de très forts changements qui se matérialisent par un renouvellement sociologique des personnes qui font le vin. On assiste à l'installation de « locaux », des jeunes qui se sont formés dans les instituts viticoles mais aussi on voit de nombreux vigneron « Bourguignons » « Bordelais », « Alsaciens » élargir leur vignoble au-delà de leur région d'origine. On voit également de nouveaux propriétaires Britanniques, Allemands, Suisses et Suédois qui viennent faire du vin. Ces novices sont généralement issus d'un milieu urbain et disposent d'un capital social et économique différent des vignerons « traditionnels ». Ils s'appuient sur leur dense réseau commercial ou social précédant pour vendre leur vin. C'est un phénomène très important car cela a des répercussions dans d'autres domaines. D'une certaine manière, ces néo-vignerons n'ont pas besoin de toutes les structures collectives, politiques et syndicales qui existent dans la région et qui structurent une grande partie de la vie sociale locale.

Ces nouvelles personnes ont aussi un autre rapport au territoire : l'achat d'un domaine viticole entre dans le cadre d'un projet personnel, souvent de couple, l'aventure d'une vie, et il n'y a pas l'idée de transmission du patrimoine aux enfants. Mais l'univers viticole ne concerne pas que les propriétaires, et il ne faut pas oublier de parler des nouvelles personnes viennent également travailler la vigne. Phénomène peu connu, de nombreux Polonais font aujourd'hui les vendanges en Languedoc Roussillon dans les différents départements et ont progressivement supplanté la population méditerranéenne. Là aussi, on voit un changement de rapport à l'espace. Pendant longtemps le travail a été un moyen pour les étrangers, notamment les Espagnols et les Italiens, d'intégrer la vie sociale locale et d'avoir une mobilité sociale. Alors qu'aujourd'hui, on a une main d'œuvre qui vient pour travailler quelque temps et qui repart dans son pays. Il y a eu aussi des changements importants dans le rapport social liés à l'évolution de notre société.

C'est intéressant d'analyser par ailleurs des situations relativement identiques qui sont vécues socialement différemment. Souvenez vous de l'histoire de Mondavi : ce vigneron californien qui souhaitait venir s'implanter à Aniane, près de Montpellier a finalement dû renoncer car toute une partie de la population

du village refuse l'arrivée de cet américain, symbole de la mondialisation. Des sociologues ont analysé finement cet épisode local rocambolesque et ont montré que les viticulteurs locaux étaient plutôt en faveur du projet Mondavi. Ces derniers interprétaient son arrivée comme une possibilité de relancer un vignoble en difficulté. Les opposants au projet, qui ont fait finalement échouer ce projet, ne sont pas des viticulteurs mais des néo-ruraux, des gens qui habitent le village mais qui travaillent à Montpellier et qui souhaitent préserver leur espace de promenade dominicale qui risquait d'être mis à mal par les projets du californien. Il y a ainsi de nouveaux conflits d'occupation de l'espace dans le monde rural, qui opposent des ruraux qui travaillent dans l'espace rural et notamment la vigne et des néo-ruraux qui vivent dans le village sans pour autant que leur activité soit liée à l'usage et au travail de la terre.

Ce qui m'a étonné, c'est également l'éclatement syndical. On se confronte à des oppositions parfois virulentes entre différentes conceptions du vin, à des visions à adopter pour l'avenir radicalement opposées. On perçoit en creux aussi une perte d'influence de l' élu du vin. Il ne joue plus un rôle aussi important et reconnaît souvent lui-même qu'il ne peut rien faire parce que le rapport à l'Etat a changé. Il rappelle aussi qu'il est aussi l' élu d'une population qui n'est plus majoritairement liée à la viticulture.

En effet aujourd'hui beaucoup de choses se pensent en termes de lobby et non plus en termes d' élu qui représente et qui défend les intérêts devant l'Etat. Et pourtant, sur les rapports de pouvoir du domaine du vin, ça se passe souvent ailleurs et il y a peut-être un déficit de la région dans ces grandes questions de rapport au vin. On voit donc une famille viticole en Languedoc-Roussillon très éclatée avec des luttes à l'intérieur même du monde syndical. On peut également noter la création de collectifs pour déstabiliser la représentation classique et qui sont à la recherche d'une nouvelle manière pour entamer des rapports de force avec les pouvoirs publics et les puissances économiques (grande distribution). Il y a eu aussi des tentatives de création de nouveaux syndicats comme dans les Corbières.

Pour finir, je voudrais revenir sur cette question du patrimoine immatériel et cette question de la notoriété des vins. Il y a un glissement important : la région devient un acteur très important des questions viticoles, ce qui n'a pas toujours

été le cas. Georges Frêche l'a bien compris dès qu'il a été élu, en lançant sa marque Septimanie. Même si sa marque a finalement échoué, il a réussi à devenir un interlocuteur incontournable sur les questions viticoles en Languedoc Roussillon. Sa nouvelle approche autour de « Sud de France » est cependant trop fondée sur l'idée que des grandes campagnes publicitaires vont contribuer à la notoriété d'un vin et de ce fait à leur réussite. Mais beaucoup d'observateurs ont montré que la littérature, des réseaux informels qui font voyager les idées et les produits, des personnes qui sont capables de parler du vin ont énormément contribué à la notoriété des vins du Bordelais notamment en Angleterre. C'est peut-être l'activité des centaines de producteurs allant parler de leur vin dans différents endroits qui doivent être soutenue plutôt que de grandes campagnes médiatiques pour valoriser cette idée d'une marque Sud de France.

On voit aussi que dans la construction d'un mythe qui relie et distingue une communauté, cela ne peut se faire à coup de campagne publicitaire. Il faut être également capable d'inventer et faire appel aux techniques modernes de communication qui ne se réduisent pas à la publicité. Je voudrais attirer votre attention notamment sur le rôle du cinéma. Le film américain « Side ways », raconte l'histoire de deux Californiens qui se baladent en Californie et qui font l'apologie du Pinot noir. Ce film qui a eu un succès aux Etats-Unis a eu un impact économique direct sur le marché du Pinot noir. Deux ans après sa sortie, il y a eu un déficit de Pinot noir qui a même eu des répercussions sur le marché français. Il faut donc aussi penser la notoriété d'un vin avec des acteurs véhiculant cette notoriété, ce patrimoine immatériel dans différents contextes.

L'exemple de Mondavi montre les réactions émotionnelles que suscitent le vin mais ce qui est étonnant c'est de constater que des phénomènes identiques se sont produits et n'ont pas du tout déclencher les mêmes résistances. Johnny Hallyday a récemment acheté un domaine viticole dans la région sans que ça ne suscite de réactions particulières. Pourtant Johnny Hallyday s'est associé à Roger Santa, un des principaux actionnaires d'Heineken, pour produire un vin industriel qui ressemble a priori aux vins standardisés et si critiqués du Nouveau Monde.

La question d'un choc des civilisations qui opposerait la culture française ou la culture européenne à la culture du Nouveau Monde, occultent d'autres dimensions. J'ai essayé de montrer que les choses sont beaucoup plus complexes,

mais il faudrait, me semble-t-il plutôt penser beaucoup en termes de modèle économique et choix politique qu'en terme d'une opposition culturelle. C'est le défi que vous devez relever et j'espère que cette Université de la Vigne et du Vin sera un moyen de construire de nouvelles pistes pour l'avenir de la viticulture en Languedoc Roussillon.

## QUESTION DU PUBLIC

### **Claudine Galbrun**

*Journaliste à Réussir Vigne*

Une question pour Boris Pétric :

Vous avez parlé de l'art oratoire des leaders viticoles languedociens. Y a-t-il une explication à cette faculté a priori régionale ?

### **Réponse de Boris Pétric**

C'est une question difficile. Ce qui m'a frappé, c'est que j'ai suivi pas mal de leaders viticoles à Bruxelles et ils sont très déstabilisés parce que la culture politique de Bruxelles n'est pas du tout une culture de délibérations. Le fait de passer par la traduction et donc l'incapacité à valoriser cette forme. Beaucoup de leaders de la région ne l'ont pas et disent que ça devient, dans la nouvelle situation actuelle de négociation, non plus un avantage mais au contraire un inconvénient. C'est lié à l'importance de la culture rurale, de l'oralité, la culture méridionale. Après je ne peux pas vous donner d'explications mais je crois que c'est aussi lié à une conception des rapports sociaux. Généralement, on fait une distinction entre les sociétés de grâce et les sociétés d'honneur. Les sociétés de grâce renvoient à un patrimoine qui s'hérite, transmission de la terre. Tandis qu'ici, on a toujours été dans des rapports sociaux où il y a eu beaucoup de mobilité sociale, des gens qui sont venus d'ailleurs et je pense que cette culture oratoire est liée aussi à une certaine forme de rapports sociaux qui est en train d'évoluer et de se perdre.