



**HAL**  
open science

## Vin et gastronomie. Faire vivre expérience et existence en bons termes

Jean-Jacques Boutaud

► **To cite this version:**

Jean-Jacques Boutaud. Vin et gastronomie. Faire vivre expérience et existence en bons termes. Benoît Verdier; Anne Parizot. Du sens à l'expérience. Gastronomie et œnologie au prisme de leurs terminologies, Éditions et Presses universitaires de Reims, pp.7-12, 2018, 978-2-37496-067-8. halshs-03126454

**HAL Id: halshs-03126454**

**<https://shs.hal.science/halshs-03126454v1>**

Submitted on 4 Feb 2021

**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.

## ***Vin et gastronomie : faire vivre expérience et existence en bons termes***

Jean-Jacques Boutaud, Université de Bourgogne, CIMEOS.

Avant même de convoquer, peu ou prou, ce qui a pu être dit et écrit sur l'expérience de consommation et l'expérientiel, depuis l'un des articles fondateurs d'Holbrook et Hirschman (1982), il est facile d'imaginer pourquoi ces concepts exercent un tel pouvoir d'attraction. La valeur étant avant tout différentielle, il faut bien sortir du quotidien, de son continuum. A force d'habitudes, voire de routines, ce quotidien perd en substance. Il faut donc le revitaliser, lui donner matière et sens avec des pics de sensations, d'émotions, de révélations soudaines, rapportées à soi et au monde. C'est la fonction à la fois opératoire et symbolique de l'expérience, possible à condenser en quelques opérations modales : surprendre, révéler, faire vivre et voir autrement.

Bien sûr, il nous appartient d'aller un peu plus loin sur le caractère phénoménologique de cette expérience. Comprendre comment elle se manifeste et se donne des chances de prendre, comme parenthèse réenchantée ou point d'acmé, rompant avec la mécanique du quotidien ou de la vie ordinaire. A cet égard, l'univers gastronomique, théâtre d'invention permanente entre vins et mets, sensations et discours, émotions et partage, offre un terrain d'expériences sans doute inégalé ou inégalable, toutes cultures confondues. Cela tient à la magie du pouvoir d'incorporation, de saveur en valeur, d'aliments en signes à forte charge symbolique, dès qu'il est question de boire ou manger, de partager un repas ou de se projeter dans un imaginaire alimentaire.

Mais à force de se concentrer sur la phénoménalité de l'expérience, on oublie bien souvent de la replacer dans la séquence plus élargie où elle se déploie. Toutes les formes de médiation de l'expérience, avant, pendant et après sa réalisation, travaillent la valeur expérientielle et son déploiement figuratif à l'intérieur d'une trame narrative non réductible au moment de son actualisation performative, et plus encore performante, en situation réelle d'action. Même dans les limites de cette introduction, il nous faudra éclairer ce point, afin d'entrer pleinement dans le cadre d'analyse offert à ce colloque qui,

à considérer « gastronomie et œnologie au prisme de leurs terminologies », dessine une trajectoire *du sens à l'expérience* et, allons plus loin, de l'expérience à l'existence. C'est tout l'intérêt de procéder par cercles concentriques, de l'expérience à la séquence expérientielle, de la séquence ainsi rétablie à tous les niveaux figuratifs où la scène expérientielle peut se fixer ou se déployer, selon des colorations modales qui donnent à l'expérience sa valeur la plus fondamentale de forme de vie et de style, sur fond d'existence. De telles propositions liminaires appellent un minimum de commentaires.

Revenons déjà à l'expérience, en elle-même, clé du discours expérientiel. Après bien d'autres, nous avons, en plusieurs occasions (Boutaud, 2007a, 2007b), tenté d'en définir les traits de manifestation : la *discontinuité*, rupture ou parenthèse, par rapport au continuum de la vie ordinaire : le moment se détache du fond des activités ordinaires, il est vécu avec une certaine densité ou intensité ; la *position réflexive du sujet*, à la fois acteur et spectateur de sa situation et de la transformation qu'elle opère sur lui ; l'*unité d'action*, unité dramatique condensée dans le temps et l'espace, immergée dans le *hic et nunc* de l'expérience, et unité dramaturgique qui nous assigne un rôle en situation ; une *coloration affective favorable*, harmonieuse ou intense, que le sujet désire avant tout partager avec d'autres, à travers toute la gamme multimodale de la communication (verbale, non verbale, visuelle, sensori-motrice, sensorielle, etc.).

Quand par exemple, la Cité du Vin, à Bordeaux nous invite à entrer « dans un monde d'expériences » ([www.laciteduvin.com/fr](http://www.laciteduvin.com/fr)), la coupure du temps ordinaire s'effectue bien par immersion et véritable transport affectif et sensoriel. On se laisse *embarquer* « pour une aventure immersive et sensorielle », invitation au « voyage pour une expérience unique dans le temps et l'espace à la rencontre du vin ». Les ingrédients ou adjuvants expérientiels sont bien réunis, mais l'unité de temps et de lieu, totalement revisitée par immersion, se double d'un syncrétisme des plans d'action : tout se tient, tout vient participer de l'aventure à la fois sensorielle (voir, sentir corporellement) et sensible (ressentir, s'émouvoir). De sorte que, de pas en pas, l'expérience trouve son unité primordiale : des sensations les plus immédiates à la perception fondamentalement nouvelle du rapport aux choses, du voir à la conversion profonde et véritable du regard

sur soi et le monde, à travers l'expérience. Pour la Cité du Vin, cela se formule en termes d'invitation, de promesse, d'apothéose : « Un voyage initiatique au cœur des cultures du vin ».

Au plus vrai de l'expérience, avec sa dramaturgie propre, se crée alors un arc sensible et herméneutique où le ressenti ouvre de nouvelles voies interprétatives, des sensations de base à la valeur imaginaire des objets expérimentiels qui peuvent, s'il faut aller jusque-là, nous toucher par leur âme, leur esprit. On assiste, en quelque sorte, à un double mouvement, d'immersion et de contact, de contagion sensorielle, et à l'autre pôle, de décollement du sens, au gré de l'imaginaire, jusqu'aux sphères les plus hautes de la spiritualité, de l'expansion symbolique.

Nous ne sommes pas loin des audaces de la Thing Theory (Brown, 2001) assurant que le récit des objets se posant en tant que *choses* - ici le récit expérimentiel - s'avère être le récit d'un lien transformé avec le sujet. Cela excède évidemment la matérialité et l'usage des objets, en leur accordant une vie, une respiration, une âme. Pas besoin, selon nous, de les convertir en fétiches ou en idoles. Donner vie à un vin, donner âme à un plat, sentir l'esprit de lieux ou la magie d'un objet pour nous ouvrir un horizon symbolique, que pouvons-nous attendre de mieux, d'une expérience qui nous convertit aux relations inédites, transfigurées, établies entre les objets, entre les objets et soi, et opère, par la même, notre conversion.

Nulle obligation, certes, d'atteindre les plus hautes sphères de la spiritualité pour consacrer une expérience. Mais, par degrés, on s'accordera sur la valeur différentielle et phénoménale de l'expérience, par rapport à de simples occupations, des activités, des divertissements qui ne peuvent prétendre à la dimension ontologique d'un cadre véritablement expérimentiel, à valeur essentielle de conversion, de transformation qualitative, substantielle. Là où des activités viennent parfois meubler et faire passer le temps, avec l'expérience quelque chose *se passe* : la sensation est présente, le moment touche le sujet, l'empreinte restera. On pense à Csikszentmihalyi (2004) et à sa conception de l'expérience optimale, dite de *flow*, où se conjuguent intensément des phénomènes de concentration, de contrôle et de puissance sur l'activité, avec, dans le même temps, la distorsion du temps, l'effacement de la distance avec l'objet, etc. Mais

dans cette théorie de l'expérience, pas de place véritable pour les plaisirs de table et l'imaginaire gastronomique, ce qui reste un point aveugle de l'approche...

A bien considérer le phénomène expérientiel, il se crée un double mouvement de prise et de déprise, dans la sphère d'une expérience dont le caractère fondamental est précisément de *prendre* ou non, quel que soit le niveau de modélisation, de préfiguration conçu pour que l'expérience se produise. Car dans un espace marchand ou sur le territoire des marques, le discours expérientiel garde sa valeur de proposition innovante, du sensible à l'intelligible, de l'événement à l'avènement du sens, mais encore faut-il que cela *fonctionne*, quitte à utiliser un terme réifiant pour une expérience par définition phénoménale.

A travers tous les discours médiatiques, il s'agit très concrètement de donner à l'expérience tout son espace de visibilité. Pas seulement le dispositif mis en forme et en scène, propice à l'immersion, à l'action *in situ*, mais l'avant et l'après expérientiels, comme modalités intégrées à la séquence expérientielle. Avant d'être sur le théâtre des opérations, pour vivre l'expérience, le sujet est souvent conduit à interagir en plusieurs phases séquentielles. Une partie à deux et plus encore, à trois acteurs, tout le long de la séquence expérientielle. En effet, le récit expérientiel apparaît déjà comme *bi-directionnel* (Archibald et Gervais, 2006) et *pluri-directionnel*, en fonction des modalités et des temporalités à considérer (Ryan, 2001).

Bidirectionnel car le récit expérientiel est produit par l'organisation et ses figures déléguées, en direction des publics et usagers. Mais en retour, ces derniers ont toute latitude pour s'exprimer, en mode pluri-directionnel, soit directement vers l'organisation et ses supports (sites, blogs, forums, espaces dédiés, etc.) ou dans l'espace des réseaux ou médias sociaux dont l'offre s'étend toujours plus : Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram, Tumblr, Snapchat, Twitter, LinkedIn, Pinterest (par ordre décroissant d'utilisateurs en France). Difficile d'imaginer, à l'intérieur d'une stratégie expérientielle, une communication qui ne donne pas à l'utilisateur, ces possibilités d'expression à chaud, lors de l'expérience de visite, ou après coup, pour restituer des bribes ou un récit d'expérience plus construit.

Toute expérience se prête donc à un déroulement séquentiel non contraint, non systématique mais potentiel (Boutaud, 2015) entre *préfiguration* (*se préparer*), *configuration* (découvrir le dispositif), *figuration* (entrer en action), *reconfiguration* (détacher des fragments d'expérience, évaluer, mettre en récit, etc.). Versant *préfiguration*, par exemple, le Comité Champagne signe une campagne de communication internationale dite « avant-gardiste, autour d'un film à 360° » ([www.champagne.fr/fr](http://www.champagne.fr/fr)). Le film, à caractère immersif, donne un avant-goût de la visite, en réalité virtuelle, des Coteaux, Maisons et Caves de Champagne. Et l'argumentaire de proposer « trois possibilités pour vivre cette expérience inédite : en 360° avec votre smartphone, votre ordinateur (Navigateurs : Firefox ou Google Chrome) ou en 3D avec une paire de Google Cardboard ». Et s'il fallait dérouler la séquence expérientielle, nous pourrions revenir à la Cité du Vin, où à titre de *reconfiguration*, on passe de 425 publications Instagram sous le chapeau statutaire de la Cité, à 8406 publications d'utilisateurs ou visiteurs, laissant des milliers d'empreintes avec le ≠ *laciteduvin* (consulté le 08 juillet 2018).

A la vision unifiante mais aussi totalisante de l'expérience, tous critères confondus, comme on a pu le voir en termes phénoménologiques (discontinuité, immersion, syncrétisme, etc.) ou sous les traits de l'expérience optimale (Csikszentmihalyi), vient se substituer, au gré de la séquence expérientielle, une approche modale (Macé, 2016), post-expérientielle, plus ouverte à la pluralisation des modes d'être, de faire et de vivre une expérience. A l'image des fragments expérientiels à la fois condensés et dispersés sur Instagram, les modalités expérientielles relèvent des différents niveaux figuratifs se déployant des sensations et des discours préférentiels (niveau *proprioceptif*) à la sphère symbolique où se détache l'âme des choses et toute forme de transcendance (niveau *méta*). Mais d'autres registres figuratifs peuvent ressortir, en relation avec les situations de consommation (niveau *micro*), les figurations dominantes dans le champ médiatique (niveau *méso*) ou la discursivité sociale où circulent valeurs, modèles et représentations (niveau *macro*). Le vin, par son pouvoir d'enchantement, et la gastronomie, par sa séduction esthétique, ont à cet égard un avantage qualitatif indéniable pour jouer de tous ces registres figuratifs, selon les modalités mises en jeu par l'expérience.

Sans nier ce qui relève des dispositifs, on se tournera davantage vers les dispositions des acteurs et leur disponibilité à entrer dans un récit expérientiel. Pas un simple habillage, comme artifice de production, ni une simple fantaisie, pour se distraire, en réception, mais bien un lieu d'épiphanie pour voir naître autrement le sens, de l'avènement de la forme expérientielle à toutes les modalités qui favorisent le bricolage harmonieux de notre forme de vie.

### Références citées

Archibald, Samuel & Gervais, Bertrand (2006), Le récit en jeu : narrativité et interactivité, *Actualités du récit. Pratiques, théories, modèles, Protée*, 34 (2-3), 27-39  
<https://www.erudit.org/fr/revues/pr/2006-v34-n2-3-pr1451/014263ar.pdf>

Aarseth, Espen J. (1999), « Aporia and Epiphany in *Doom* and *The Speaking Clock* : The Temporality of Ergodic Art », in Marie-Laure Ryan (dir.), *Cyberspace Textuality*, Bloomington, Indiana University Press, 31-41

Boutaud, Jean-Jacques (2015), *Sensible et communication, du cognitif au symbolique*, Londres, ISTE.

Boutaud, Jean-Jacques (2007a), « Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible », *Semen* [En ligne], 23 | 2007, mis en ligne le 22 août 2007, <http://journals.openedition.org/semes/5011>

Boutaud, Jean-Jacques (2007b), *Le goût, une expérience optimale ?*, In : ASSOULY Olivier, *Goûts à vendre – Essai sur la captation esthétique*, Paris, Éditions du Regard, pp. 41-57

Brown, Bill (2001), *Thing Theory*, *Critical Inquiry*, Vol. 28, No. 1, Things (Autumn, 2001), pp. 1-22, <http://faculty.virginia.edu/theorygroup/docs/brown.thing-theory.2001.pdf>

Csikszentmihalyi, M. (1990), *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, New York, Harper & Row (*Vivre : la psychologie du bonheur*, Paris, Robert Laffont, 2004)

Holbrook Morris B. & Hirschman Elizabeth C (1982), « The Experiential Aspects of Consumption : Consumer Fantasy, Feelings and Fun now », *Journal of Consumer Research*, vol. 9, n°2.

Macé, Marielle (2016), *Styles : critique de nos formes de vie*, Paris, Gallimard.

Ryan, Marie-Laure (2001), « Beyond Myth and Metaphor - The Case of Narrative in Digital Media », *Game Studies*, juillet 2001, vol. 1, n° 1, <http://www.gamestudies.org/0101/ryan>

Salvador-Pérignon, Marielle (2013), « Expérience vécue chez un chef étoilé et achat de produits locaux par les clients », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 8, 2013, mis en ligne le 01 juin 2015, <http://tourisme.revues.org/79>