



**HAL**  
open science

**Boire du vin aux États-Unis (de 1850 à nos jours) à travers le fonds " What's on the menu? " de la New York Public Library. Premières tendances.**

Raphaël Schirmer

► **To cite this version:**

Raphaël Schirmer. Boire du vin aux États-Unis (de 1850 à nos jours) à travers le fonds " What's on the menu? " de la New York Public Library. Premières tendances.. 2014. hal-00941897

**HAL Id: hal-00941897**

**<https://hal.science/hal-00941897>**

Preprint submitted on 4 Feb 2014

**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.

## **Boire du vin aux États-Unis (de 1850 à nos jours) à travers le fonds « *What's on the menu?* » de la New York Public Library. Premières tendances.**

Phénomène majeur s'il en est, les États-Unis sont devenus le premier consommateur mondial de vin autour de 2010<sup>1</sup>. Il est par conséquent légitime de se demander s'ils ont un impact sur la nouvelle planète des vins qui se construit sous nos yeux.

Assurément en termes d'achats ; Bordeaux doit une partie de sa prospérité à ce marché. Même s'il n'est plus désormais que son troisième débouché international en valeur après la Chine et le Royaume-Uni, il était encore premier il y a peu (LE GARS, HINNEWINKEL, 2000). Probablement en termes de goût ; le phénomène bien connu de « *parkerisation* » des vins fait référence à l'influence mondiale du critique Robert Parker (McCOY, 2005, p. 251). Influence qui a sans doute orientée une partie des producteurs vers des vins plus séducteurs et plus puissants. Avec certitude enfin dans la manière de dire le vin ; la mention du cépage, parfois au détriment de la région de production, est l'un des éléments phares d'une nouvelle façon de nommer cette boisson.

Dès lors, ne pourrait-on pas comparer le rôle des États-Unis à celui de l'Angleterre des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles ? Avec deux différences essentielles, liées à notre temps. Il s'agit tout d'abord d'une période marquée par une nette affirmation de la mondialisation. Ensuite parce que les Américains projettent sur le vin un discours novateur. Assister à l'avènement des vins du Nouveau Monde ou de régions hier encore méconnues et non sacralisées, souvent parce qu'elles produisaient des vins de masse avant la mondialisation, est à leurs yeux lourd de sens. L'année 1976 correspond à une rupture symbolique entre deux âges (*Bottle Shock*, 2008). Le Jugement de Paris clôt effectivement une période, puisque cet événement consacre la suprématie des vins californiens par rapport aux vins bordelais et bourguignons (TABER, 2008, p. 266). On pourrait dire, pour paraphraser Henri Enjalbert, que l'on assiste à l'*avènement des vins de qualité du Nouveau Monde* (ENJALBERT, 1975). Et pour les producteurs californiens ou d'autres régions états-uniennes, produire les plus grands vins du monde participe bel et bien du « *rêve américain* »<sup>2</sup>.

Afin de répondre à cette interrogation sur la place et le rôle des États-Unis dans le monde des vins, une source particulière, celle des menus de restaurants américains déposés dans le fonds « *What's on the menu?* » de la New York Public Library<sup>3</sup>, paraît éminemment intéressante. Elle offre de cerner le phénomène dans la durée, de 1850 à nos jours. Quels sont les intérêts et les limites de ce *corpus* ?

C'est tout d'abord son ampleur qui est à remarquer. Ce sont pas moins de dix-sept mille menus, avec plus d'un million de mets (plats divers et boissons) qui sont disponibles en ligne. Pour la présente recherche, fondée sur une version de mars 2012, on compte plus de 60 000 vins et eaux-de-vie<sup>4</sup>. Tout un faisceau d'éléments issus des menus est retranscrit : l'année, la monnaie dans lequel le

---

1 Il s'agit de projections. Les statistiques de l'OIV ne sont pour l'instant fiables que jusqu'en 2009. Mais les projections pour 2012 semblent confirmer ce point (<http://www.oiv.int/oiv/info/frstatsro?lang=fr>).

2 C'est un thème récurrent de la revue *Wine Spectator*. On en trouvera un exemple ici : James Laube's Wine Flights, « *Living the American Dream in Sonoma* », 19 avril 2007, en ligne : [http://www.winespectator.com/blogs/show/id/Living-the-American-Dream-in-Sonoma\\_14840](http://www.winespectator.com/blogs/show/id/Living-the-American-Dream-in-Sonoma_14840)

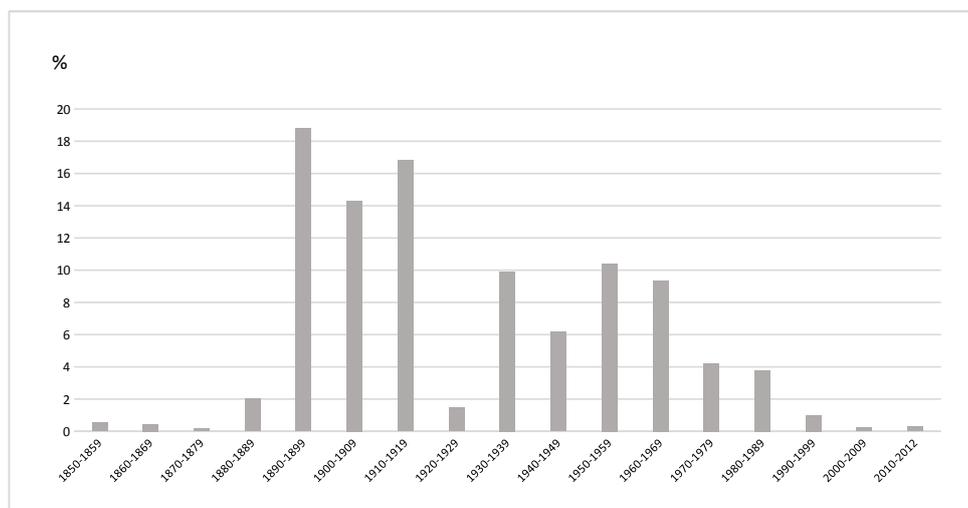
3 <http://menus.nypl.org/>

4 Seul le vin au sens de l'OIV est l'objet de cette analyse. « *Définition de base (18/73) : Le vin est exclusivement la boisson résultant de la fermentation alcoolique complète ou partielle du raisin frais, foulé ou non, ou du moût de raisin.* » (<http://www.oiv.int/oiv/info/frdefinitionproduit>). Sont donc éliminés tous les supposés vins réalisés à partir

menu est libellé, le prix de tel ou tel met, parfois des précisions écrites dans le menu lui-même. La facilité d'accès aux sources est double. Elles sont consultables en ligne pour observer directement les menus, et *via* une base de données pour avoir accès à des informations quantitatives.

Quelques limites apparaissent tout de même. Il s'agit bien sûr des vins proposés sur une carte, et non de ceux bus par le consommateur. La nuance est de taille. En outre, les menus sont plutôt représentatifs de restaurants de qualité, surtout en début de période. Les grands noms de la gastronomie ou du luxe américain s'y côtoient : citons le Delmonico dès 1880, le Waldorf Astoria dès 1914, ou encore le *Per Se* à partir de 2006<sup>5</sup>. Toute une partie de la restauration plus populaire, sans menus imprimés, nous échappe donc. Un travail serait à mener sur le prix des vins pour préciser ces éléments. Mais l'ampleur même du dépouillement porte ses propres limites, d'autant qu'il existe un nombre plus ou moins conséquent de menus en fonction des périodes (fig. n° 1).

Fig. n° 1 : Pourcentage de mets et de boissons dans le fonds « *What's on the menu?* ».



Source : NYPL, mars 2012.

Il conviendra de réactualiser les données au fur et à mesure que les années les plus récentes seront incorporées dans la base. A ce propos, si des menus du monde entier apparaissent, il y a une forte domination américaine, en dépit du fait que tous les menus ne soient pas encore localisés précisément. Sur 60 000 vins, 40 000 ont leurs prix exprimés en dollars américains. Pour chaque *item*, un traitement complet est effectué jusqu'en 1901, avec la possibilité de faire des projections jusqu'aux années 1920<sup>6</sup>. Certaines informations plus basiques, portant notamment sur le lexique, sont directement utilisables de 1851 à nos jours.

Notons enfin qu'il doit bien exister des fraudes ou des imprécisions plus ou moins volontaires de la part des restaurateurs ou des négociants. De nombreux Saint-Julien n'ont certainement pas l'origine bordelaise qu'ils prétendent avoir. Le terme Champagne est souvent utilisé à titre générique. Il est d'ailleurs notoire qu'avant la création des Signes de qualité, de nombreuses bouteilles étaient vendues par des négociants peu regardant sur l'origine des vins (JACQUET, 2009, p. 157). Il est toutefois régulièrement précisé que les vins sont américains ou californiens quand le

d'autres fruits, comme l'agave par exemple (*Margarita de Los Cabos - made with Agave Cactus Wine* ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/56185](http://menus.nypl.org/menu_pages/56185), 1998).

5 Pour le Delmonico : [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/27636](http://menus.nypl.org/menu_pages/27636) ; le Waldorf Astoria : <http://menus.nypl.org/menus/33593> ; le Per Se : <http://menus.nypl.org/menus/23314>.

6 Le fichier fourni par la NYPL permet de connaître la date de première apparition d'un vin. S'il apparaît dans d'autres menus ultérieurs, la base de donnée permet de le savoir. Ceci permet de faire des projections sur les années non traitées.

terme est utilisé de manière générique<sup>7</sup>. La part de vins illégitimes est impossible à quantifier, elle doit cependant être gommée par le volume de données.

## 1. Origine vs cépage ?

Les menus sont bien les objets d'une histoire, ce qui peut paraître évident *a posteriori*, mais ne l'était pas pendant le dépouillement. Ils résonnent avec l'histoire des sociétés humaines. Ils sont aussi les scribes de tendances qui apparaissent dans le domaine des vins. À commencer par la tension qui existe entre le fait de nommer un vin par ses origines ou par le cépage.

C'est tout d'abord une histoire événementielle qui transparait au travers des menus. Il est possible de saisir quelques moments particuliers. Comme ce dîner organisé par la Chambre de Commerce de Los Angeles le 15 mai 1895, et pendant lequel un toast est porté en faveur du canal du Guatemala<sup>8</sup>. Canal qui ne verra jamais le jour. Ou encore cette soirée électorale du 6 novembre 1900, au cours de laquelle les électeurs de William McKinley ont dû célébrer sa victoire avec du Champagne, mais aussi du « *Champagne domestic* »<sup>9</sup>. Les menus sont en pleine prise avec l'histoire des sociétés.

Bien sûr, la Prohibition aux États-Unis de 1919 (avec une réelle application en 1920) à 1933 supprime toute référence aux alcools, et donc aux vins. On peut en percevoir les débuts dès 1900, alors que la vente d'alcool est temporairement interdite lorsque les trains de la compagnie Southern Pacific traversent les États « *secs* » du Texas et de l'Arkansas<sup>10</sup>. On la sent omniprésente, alors que les menus ne présentent plus aucun vin ou alcool. Ils laissent alors une page vierge, parfois ornée d'un petit texte explicatif. Probablement une manière discrète de dire sa désapprobation<sup>11</sup>.

Les menus reflètent aussi l'histoire du monde. Les vins hongrois sont par exemple très présents avant la Guerre froide, avec plus d'une centaine de mentions pour l'année 1900 ; ils disparaissent ensuite... pour timidement réapparaître aujourd'hui.

Car les menus sont bien à la charnière entre les évolutions sociales et les grands bouleversements du monde viti-vinicole. Ils permettent ainsi de dater avec grande facilité les premières apparitions sur le théâtre de la consommation de tels ou tels région, vignoble, ou producteur. Ils ne sont pas sans faire penser au célèbre fabliau de Jean Andeli *La Bataille des Vins*, décrivant les vins du royaume de France au Moyen Age (GALTIER, 1968).

Il est tout de même surprenant de voir des vins nord-américains dès les tous premiers menus, puisqu'il s'agit d'une période qui correspond à la naissance, difficile, de la viti-viniculture sur le sol des États-Unis (PINNEY, 1999, p. XV). Le restaurant Irving House propose en 1852 le premier menu qui mentionne des vins spécifiquement nord-américains<sup>12</sup>. La mention du cépage est déjà présente : le catawba évoqué est un croisement issu de *Vitis labrusca*, une espèce de vigne américaine, et de *Vitis vinifera*, la souche européenne. Ces vins, peu considérés car ils ont un goût foxé, c'est-à-dire ayant une odeur animale excessive, n'en demeurent pas moins le symbole d'une volonté américaine de produire des vins à partir de cépages locaux, tant l'acclimatation de *Vitis vinifera* s'est trouvée freinée par les conditions climatiques et surtout la présence de ravageurs ou de

---

7 A titre d'exemple, un « *California Port Wine* » de 1901, dans le restaurant new-yorkais Harlow & Kuchlin; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/3532](http://menus.nypl.org/menu_pages/3532). C'est moi qui souligne.

8 Los Angeles Chamber of Commerce, 15 mai 1895, Exhibit Room, Los Angeles, CA ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/26233/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/26233/explore).

9 Ellicott Club ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/6921](http://menus.nypl.org/menu_pages/6921). William McKinley est élu pour peu de temps : victime d'un attentat le 6 septembre 1901, il meurt le 14 septembre... Théodore Roosevelt devient alors le 26<sup>e</sup> président des États-Unis.

10 Southern Pacific Company ; <http://menus.nypl.org/menus/18128> ; 1er janvier 1900.

11 Hotel Astor, s.l., 10 février 1933 ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/63228](http://menus.nypl.org/menu_pages/63228).

12 Irving House, NY, 1852, [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/43430/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/43430/explore).

maladies inconnues. Pour autant, la mention d'origine est également utilisée : le Parker House, propose dans son menu de 1865 un vin dénommé Angelica<sup>13</sup>. Il s'agit en fait du cépage mission, introduit par les Espagnols lors de la colonisation du continent. Utilisé pour produire un vin fortifié, il prend le nom de la ville qui domine les vignobles dont il émane : Los Angeles. Comme sur un modèle européen, la ville donne son nom au vin !

Dès les origines des vignobles nord-américains, deux tendances de dénomination se rencontrent donc, l'une technique, l'autre géographique. La première l'emporte dans la durée, on en aura confirmation ultérieurement.

Mais d'ores et déjà, l'apparition sur les cartes de grands producteurs américains témoigne de cette tension. Ainsi Robert Mondavi (1913-2008), considéré comme le viticulteur qui a le plus contribué à placer les vins californiens sur les scènes américaine et surtout internationale, apparaît pour la première fois sur une carte en 1968<sup>14</sup>, alors qu'il s'est installé à son compte en 1966. C'est le début d'un intense travail de prospection et de patience pour convaincre les restaurants que les vins californiens sont capables de rivaliser avec les vins européens (MONDAVI, 1998, p. 160). « *Dans les restaurants des grandes villes, où il y avait une demande pour la qualité et l'élégance, vins fins voulait dire vins français, italiens ou allemands ; dans la plupart des meilleurs restaurants américains vous ne pouviez même pas trouver un vin californien sur la carte* » (*ibid.*, p. 22). C'est sans doute pour cela que les vins de Mondavi figurent sous les deux modalités : tantôt en vin de cépage, tantôt en vin reprenant une origine géographique, mais américanisée. S'inspirant du Pouilly Fumé, il décide de vendre ses sauvignons blancs sous le nom « *Fumé blanc* » (*ibid.*, p. 76) ; ils apparaissent pour la première fois en 1976<sup>15</sup>. Il faut voir là un manque de confiance de la part des producteurs nord-américains, qui cherchent encore peu ou prou à copier les vins européens.

D'ailleurs, nulle référence aux vins servis lors du Jugement de Paris (1976) n'apparaît avant longtemps (1987 pour le château Montelena par exemple<sup>16</sup>) ; preuve s'il en est que la désormais célèbre dégustation est passée inaperçue à l'époque. Ce n'est que depuis quelques années que le Nouveau Monde en fait le point de départ de son époque (SCHIRMER, 2014).

Il est également possible de percevoir l'ombre portée des États-Unis sur les vignobles du reste du monde. La référence au cépage est toujours bien présente. Les premiers vins chiliens attestés dans un menu le sont par exemple en 1945, avec un riesling issu de la vallée centrale<sup>17</sup>. D'autres suivront, très fréquemment élaborés à partir de riesling. On verra plus loin la forte appétence des Américains pour ce cépage. Il est également à noter, de façon plus tardive, l'apparition des premiers crus italiens baptisés « *Super Toscons* »<sup>18</sup> (SCHIRMER, 2010, p. 191). Sans doute parmi les premiers vins de cépage européens, il s'agit de vins produits avec du cabernet-sauvignon, selon un modèle bordelais (ROUDIÉ, 1997, p. 404), en dehors de la *Denominazione di Origine Controllata* (DOC) Chianti. Ce vignoble est alors considéré comme produisant des vins de qualité standard et comme étant trop limitatif dans le choix des cépages autorisés, puisque le sangiovese règne en maître. Certains producteurs décident donc de planter des vignes bordelaises, en dehors des limites légales du Signe de qualité, et à proximité de la mer pour chercher davantage de fraîcheur (JOHNSON, 2001, p. 28). Bolgheri, commune littorale toscane, est l'épicentre du phénomène initié en 1968 par la Tenuta San Guido avec le Sassicaia (non mentionné dans les menus), puis par la famille Antinori avec

---

13 Parker House, Boston, 28 septembre 1865, [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/6663](http://menus.nypl.org/menu_pages/6663).

14 Mayflower Hotel, Plymouth (Michigan), 24 mars 1968, [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/49823/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/49823/explore).

15 Restaurant *Windows On The World*, World Trade Center, NY, 14 juin 1976, dîner pour le bicentenaire des États-Unis donné par la Wine and Food Society ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/50990/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/50990/explore).

16 Papadakis Taverna, San Pedro (Californie), 1987 ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/54044/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/54044/explore).

17 Hôtel Algonquin, NY, 1945, [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/57501](http://menus.nypl.org/menu_pages/57501).

18 Fiorello's, NY, s.d., [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/46207/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/46207/explore). La carte date de l'extrême fin du XXe siècle, les vins les plus récents étant datés de 1997.

l'Ornellaia<sup>19</sup>. Le producteur Mondavi a investi des sommes considérables dans ce domaine ces dernières années, avant de le revendre lors de son propre rachat par le groupe Constellation. Ces « *Super Toscons* » sont très certainement les premiers vins issus d'un vignoble directement modelé pour le goût américain.

Nul doute, les États-Unis ont bien un rôle sur le monde du vin ; les menus des restaurants le confirment. Cette ombre portée de la puissance nord-américaine touche non plus seulement les seuls pays limitrophes, mais aussi le monde. Bien sûr, la chronologie du phénomène reste à établir, ainsi que les modalités de son déploiement. Toute la question est de savoir si l'on peut la mesurer quantitativement.

## 2. Naissance d'une nouvelle manière de dire le vin

Les Américains introduisent-ils de nouvelles normes et façons de dire le vin ? Répondre à cette question équivaut dans un premier temps à envisager s'ils se détachent d'un modèle façonné par l'Angleterre. Il semble intéressant de considérer dans un second temps les termes qu'ils mettent en avant pour dénommer les vins. Mais aussi de voir si leur consommation évolue, ou tout du moins ce qu'il est possible d'en saisir à travers les menus.

Les Américains se dégageraient-ils d'une consommation tout d'abord influencée par l'Angleterre ? Est-il possible de trouver des indices d'un goût et de manières de dire façonnés par la métropole au temps de la colonisation et qui pourraient ou non perdurer dans le temps ?

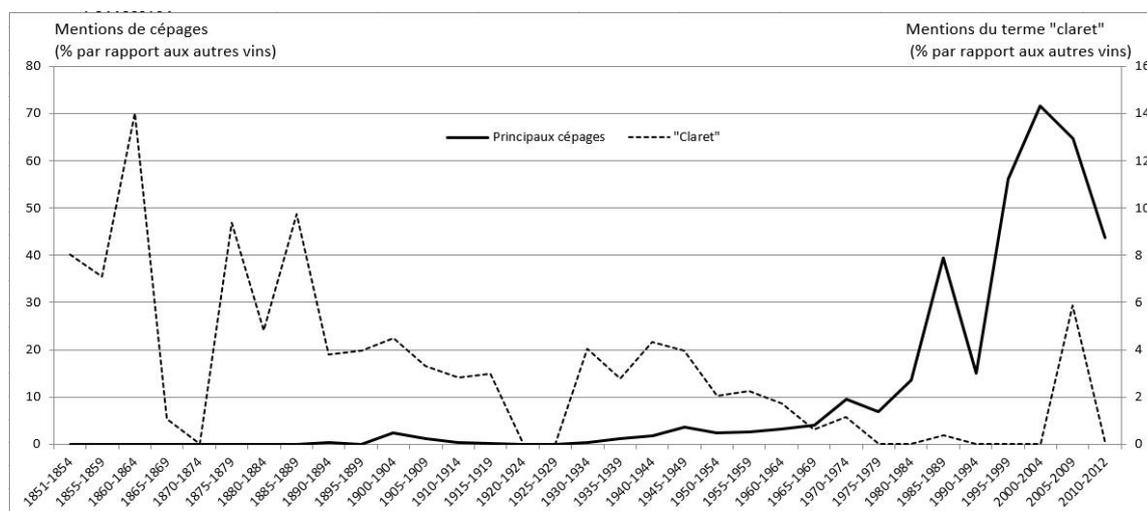
Le terme « *claret* », qui désigne les vins de Bordeaux, semble approprié. Ce terme est utilisé en Angleterre depuis le Moyen Age, et prend une nouvelle aura avec la naissance des *New French claret* au XVIII<sup>e</sup> siècle (PIJASSOU, 1980, p. 360 *passim*). Il est ensuite utilisé de manière continue en Angleterre pour désigner les Bordeaux, et par extension d'autres vins rouges y ressemblant, comme des vins espagnols de la Rioja<sup>20</sup>. La presse spécialisée anglaise utilise toujours abondamment ce vocabulaire, comme par exemple dans la revue *Decanter*. La figure n° 2 montre bien une décroissance tendancielle de son emploi aux États-Unis. Seules les dernières années semblent déroger avec la réapparition du terme. Une façon de donner un cachet ancien au vin ?

---

19 On ne trouve pas ces vins, certainement du fait de leurs prix stratosphériques. Mais on ne trouve pas non plus les vins cultes américains, comme les Screaming Eagle ou Harlan Estate. Les vins d'Antinori sont en revanche bien présents, avec indication de cépage ou non.

20 On trouve par exemple un « Rioja Clarete » en 1907 dans le menu du Grand Orient Restaurant, Ybor City (Tampa), Floride ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/25481](http://menus.nypl.org/menu_pages/25481).

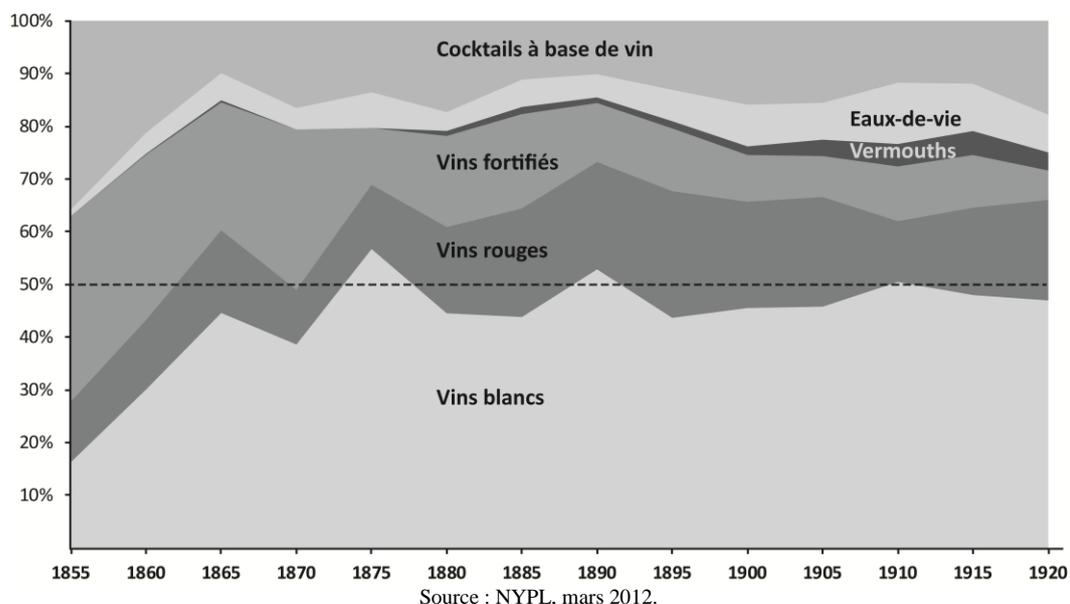
Fig. n° 2 : Mentions du terme « claret » et des principaux cépages dans le fonds « What's on the menu? »



Source : NYPL, mars 2012.

Second élément à remarquer, la forte décroissance des vins fortifiés (Madère, Porto, Jerez) alors qu'ils sont encore importants au Royaume-Uni à la fin du XIX<sup>e</sup> et au début du XX<sup>e</sup> siècle. Les statistiques, même si le sherry décroît déjà sur la période, montrent bien un goût très marqué des Anglais pour ces vins (SIMPSON, 2011, p. 9 *passim*). Rien de similaire aux États-Unis, les vins fortifiés connaissent un déclin prononcé (fig. n° 3). Et encore, si l'on enlève les préparations culinaires dans lesquelles des sauces au Madère ou au Jerez sont proposées, les données chutent drastiquement. Alors que ces vins connaissaient un réel engouement auprès des élites des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, comme avec le Madère (HANCOCK, 2009, p. 108), les restaurants de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle au début du XXI<sup>e</sup> siècle s'en détournent.

Fig. n° 3 : Les types de vins dans le fonds « What's on the menu? »



Source : NYPL, mars 2012.

Enfin, notons une importance toute remarquable dévolue aux vins blancs, à une époque où l'Europe déjà se tourne plus exclusivement vers les vins rouges (DION, 1959, p. 241 ; GARRIER, 1998, p. 126). Certes, comme pour les Anglais, les vins de Champagne et assimilés, ainsi que les liquoreux de type sauternes sont légions. Mais une troisième catégorie de vins blancs suscite l'intérêt ; il conviendra de revenir sur ce point plus loin. Elle permettra en tout cas de confirmer qu'il y a bien un processus de différenciation de la consommation américaine par rapport à la consommation anglaise.

Dès lors, les Américains introduisent-ils des novations ? Oui, sans conteste, avec la mise en exergue du cépage. Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour comprendre cette pratique : approche de la viticulture par des colons ayant de grandes difficultés à faire pousser la vigne et testant maintes variétés, rôle primordial de la colonisation allemande, approche bien différente de la viticulture considérée comme une « *industry* » et achetant tel type de raisin en guise de matière première et au gré du marché. À bien observer les menus, d'autres éléments apparaissent.

Tout d'abord le fait que certains vignobles européens précisent régulièrement les cépages, ce qui tendrait à prouver que l'habitude n'est pas d'invention américaine comme on le pense trop souvent. Les vins de l'île de Madère déclarent souvent, sur la bouteille même, être produits à partir de sercial ou de bual<sup>21</sup>. Certains vignobles italiens en font de même, pour les malvoisies, les muscats, ou les nebbiolo<sup>22</sup>. Ce serait encore le cas des vignobles germaniques, avec le riesling<sup>23</sup>. Comme les Américains consomment tous ces vins, cela les familiarise à raisonner ainsi. Ensuite, l'utilisation de vignes autochtones qui ne sont pas du genre *Vitis vinifera*, on l'a vu, amène les producteurs à préciser le cépage. De fort nombreuses mentions de catawba, isabel ou scuppernong sont imprimées sur les menus<sup>24</sup>. Le catawba mentionné plus avant est celui du producteur Nicolas Longworth (1783-1863), considéré comme l'un des pères de la viticulture américaine. Tous ses vins, dès les années 1830, sont identifiés par le cépage (PINNEY, 2005, p. 123). Bref, une somme de facteurs qui convergent pour parvenir à modifier une manière de dire européenne. La mise en exergue du cépage apparaît très nettement si l'on observe la courbe des mentions des principales variétés de *Vitis vinifera* (fig. n° 2)<sup>25</sup>.

Cette manière de dire est influencée par un professionnel, Frank Schoonmaker (1905-1976). Il apparaît dans de très nombreux menus. Le premier d'entre eux, daté de 1940, évoque un vin à base d'ugni blanc produit par le californien Wente<sup>26</sup>. Frank Schoonmaker est un importateur de vin new-yorkais, mais plus que cela, il joue un rôle de véritable Pygmalion pour les Américains (McCOY, 2005, p. 16).

Son initiation au vin commence comme souvent par un voyage en Europe, dont il tirera un livre (SCHOONMAKER, 1927). Son engouement pour le vin se révèle lorsqu'il travaille à la fin de la Prohibition pour la célèbre revue intellectuelle américaine *The New Yorker*. Elle lui demande d'écrire des textes sur le vin (JOHNSON, sd) entre les années 1934 et 1946. Retournant en Europe et plus particulièrement en France, il est alors éduqué par Raymond Beaudouin, fondateur de la

---

21 Avec un « *Sercial Madeira, 1869* » au Café Savarin (sl) en 1900 ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/35304](http://menus.nypl.org/menu_pages/35304).

22 Par exemple « *Malvasia di Sardegna* » (<http://menus.nypl.org/menus/22327> ; en 1892), « *Moscato d'Asti* » (<http://menus.nypl.org/menus/13472/explore> ; en 1900), « *Nebiolo spumante* » ([http://menus.nypl.org/menu\\_pages/39099](http://menus.nypl.org/menu_pages/39099) ; en 1899).

23 Un « *Deidesheimer Kieselberg Riesling Auslese, 1876* » proposé par le *Union Square Hotel*, (sl ; NY ?), en 1892 ; <http://menus.nypl.org/menus/21020>.

24 On retiendra par exemple le « *Longworth's Sparkling Catawba* », premier vin effervescent produit aux États-Unis, par exemple servi au Parker House (Boston) en 1865 ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/6663](http://menus.nypl.org/menu_pages/6663). Nicholas Longworth (1783-1863) produit ses vins sur les coteaux de la rivière Ohio à Cincinnati.

25 Sont retenus pour cette courbe les mentions de cabernet, merlot, sauvignon, chardonnay, riesling, et pinot noir.

26 « *Wente Bros. Livermore Ugni Blanc 1940 (A Schoonmaker Selection)* », <http://menus.nypl.org/dishes/306379>.

*Revue du Vin de France*. Il travaille ensuite avec Alexis Lichine (1913-1989), bien connu pour son *Encyclopédie des vins et des alcools* (1967), ainsi que pour la propriété qu'il a détenue dans le Médoc (Prieuré Lichine). Schoonmaker écrit plusieurs livres sur le vin et devient aux États-Unis une autorité en la matière.

Sa position sur le fait de citer le cépage apparaît très tôt : dans *The Complete Wine Book* (1934), il s'élève déjà contre le fait de nommer les vins américains avec des noms européens comme Saint-Julien, Sauternes, Tokay... « *Le label idéal pour un vin américain sera de porter un nom américain* » (p. 45). Il demande donc que le vin soit identifié par le lieu de production, l'année et le nom du propriétaire ou du producteur, et qu'en outre soit indiqué le nom de cépage (« *the grape variety from which the wine is made* », p. 45). Notons qu'il ne s'agit pas dans la conception de l'auteur de se limiter au seul cépage, ce que l'on retrouve dans ses autres écrits (SCHOONMAKER, 1941, p. 249). Il serait en tout cas à l'origine de l'utilisation du terme « *varietal* » (que l'on peut traduire par cépage) selon Lin MCCoy (McCOY, 2005, p. 17), ce qui demande à être authentifié.

L'influence de Schoonmaker est en tout cas manifeste. Tout d'abord dans la pratique immédiate de nommer le vin en faisant référence au cépage, avec les producteurs Wenté<sup>27</sup> et Concannon<sup>28</sup> qui suivront volontairement ses recommandations. Ensuite dans la durée, ses ouvrages serviront de bréviaires à de nombreux consommateurs américains, tout comme ses chroniques dans la célèbre revue *Gourmet* (de 1945 à 1964) ou dans *l'International Herald Tribune* (de manière plus sporadique de 1933 à 1970). Rien d'étonnant à ce qu'apparaisse une envolée du nombre de mentions de cépage à partir des années 1950 (fig. n° 2).

Frank Schoonmaker tient donc un rôle considérable dans la construction du goût américain pour le vin, et bien sûr dans les circuits de distribution et d'approvisionnement, tout particulièrement dans les restaurants.

### 3. Les prodromes de la mondialisation dans le domaine des vins

Avant d'envisager la géographie des vins proposés par les menus, il est nécessaire de remarquer qu'une chronologie apparaît. Il est des périodes où le vin est plus ou moins présent dans les cartes, jusqu'à disparaître pendant la Prohibition.

La première période s'étend de 1851 à la Prohibition. Il s'agit d'une période d'ouverture à d'autres alcools que le vin seulement, puisqu'aussi bien les bières que les alcools forts (bruns ou blancs) progressent. Bien sûr, la Prohibition clôt cette phase. La période qui court des années 1930 aux années 1970 témoigne d'une importance croissante des alcools forts, même si les vins demeurent proportionnellement bien présents dans les cartes (un minimum de 20 % atteint au lendemain de la Prohibition, mais la moyenne est de 41,8 %). Enfin, la période qui s'ouvre depuis les années 1970 témoigne d'un intérêt croissant pour le vin. Il est étroitement corrélé à la courbe de consommation des vins aux États-Unis<sup>29</sup>. Les menus reflètent ce nouvel attrait.

La première période est celle que nous avons pour l'instant terminée d'analyser. Elle peut elle-même être scindée en différentes phases, étroitement liées à l'histoire des États-Unis, mais aussi à celle de l'Europe. En effet, la Guerre de Sécession (1861-1865) et le développement du phylloxéra (à partir de 1863 dans le Sud de la France) entraînent des perturbations évidentes : une période de crise pour le pays, des difficultés à s'approvisionner dans les pays européens à mesure qu'ils sont touchés par le puceron américain.

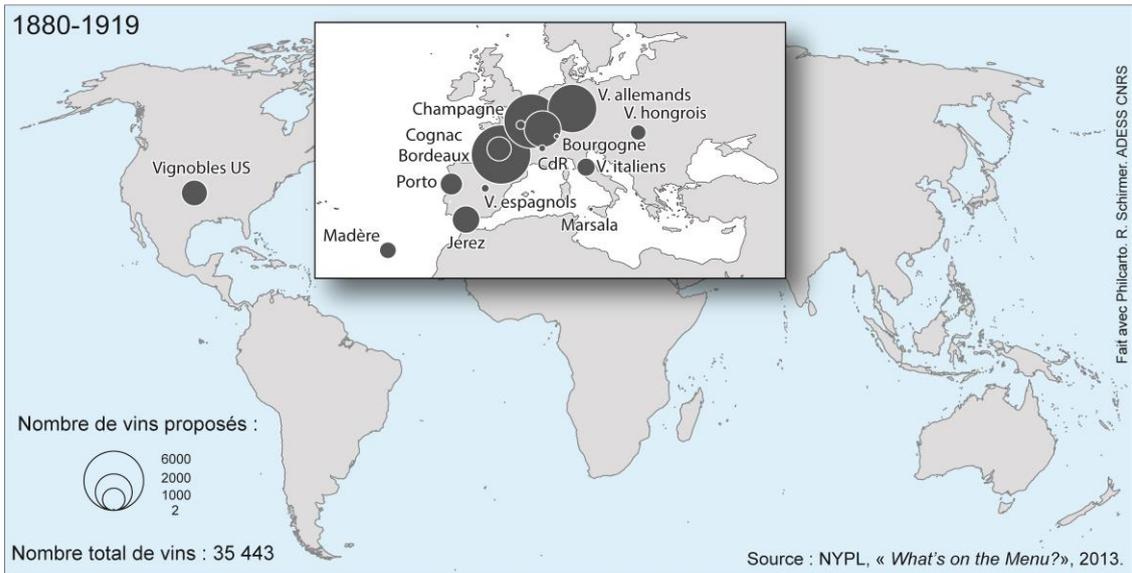
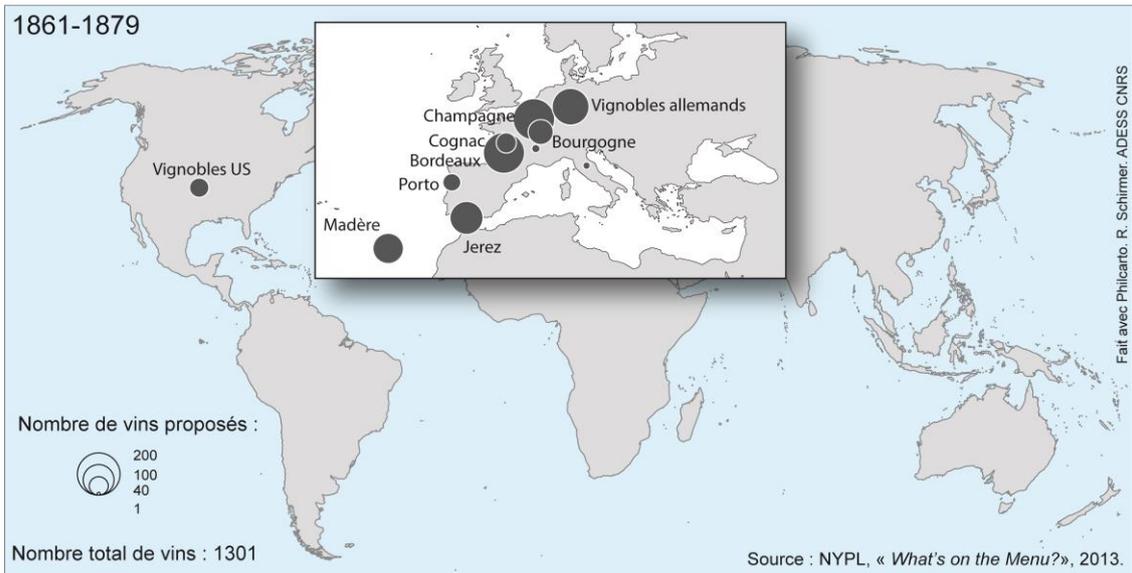
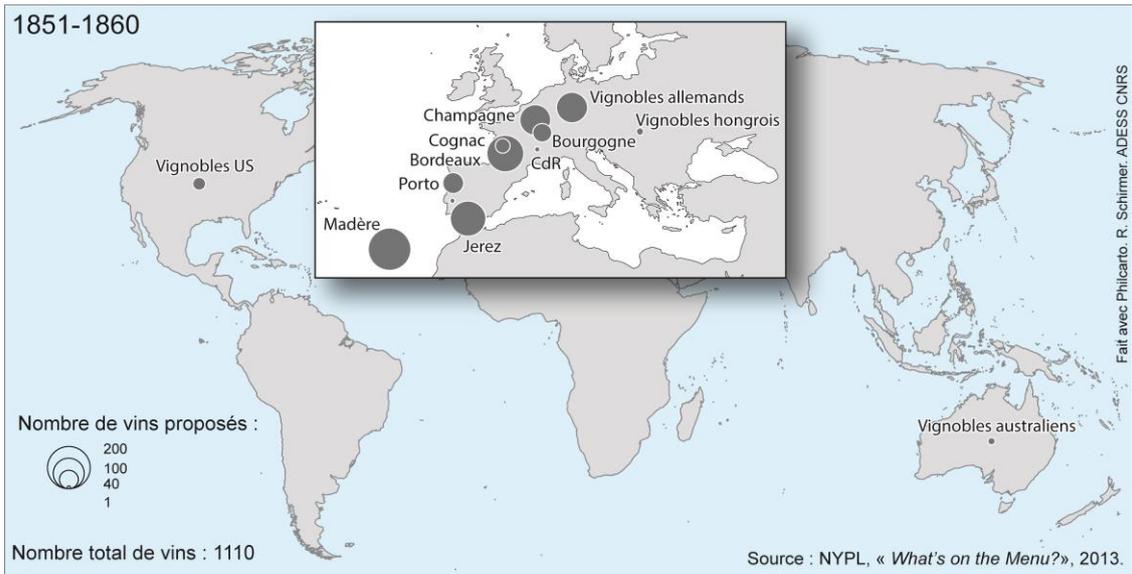
---

27 Voir la précédente note infrapaginale. En 1938 la famille Wenté vend encore du « Haut Sauterne » servi par exemple dans les trains de la Southern Company ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/48416](http://menus.nypl.org/menu_pages/48416).

28 On trouve bien un « *Haut Sauterne (Concannon) White Wine* » en 1938 (même référence que ci-dessus) alors qu'en 1967, l'entreprise propose un « *Concannon Sauvignon Blanc* » que l'on peut trouver au *Cafe del Sol* (Montecito, Ca) ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/47184](http://menus.nypl.org/menu_pages/47184).

29 Voir ici : [www.k-ber.net](http://www.k-ber.net) à la date du 15 septembre 2013 (<http://www.k-ber.net/vente-de-vins-aux-etats-unis-un-doublement-en-10-ans/>).

Fig. n° 4 : Les débuts de la mondialisation dans le domaine des vins



On perçoit pour la période autour des années 1870 un trou d'air dans la disponibilité des vins bordelais, période bien sûr marquée par une crise profonde sur les rives de la Garonne, et la recherche des vins étrangers. On assiste d'ailleurs à un « *renversement du trafic vinicole du port de Bordeaux* » (ROUDIÉ, 1988, p. 178) : celui-ci importe des vins d'autres régions françaises ou étrangères, comme l'Espagne, avant de les revendre sous son nom. Les lendemains de la Guerre civile américaine sont en revanche une période de remarquable prospérité qui s'étend jusqu'à la Première Guerre Mondiale. Les Américains achètent de plus en plus de vins, et notamment de vins étrangers (fig. n° 4).

Cette période est celle de l'apogée de la domination des vins français. La Champagne, Bordeaux, ou encore la région de Cognac sont les références mondiales en matière de vins ou d'alcools de qualité. Comme dans d'autres domaines des arts, du luxe, ou de la gastronomie, Paris représente la capitale mondiale du bon goût : elle dessine les modes. L'Exposition Universelle de 1855 consacre cette primauté en matière de vins. Le célèbre classement des vins de Bordeaux exprime la quintessence du raffinement français. Les grands châteaux sont exportés dans le monde entier, et apparaissent à la table des meilleurs restaurants américains<sup>30</sup>, dont les menus sont souvent libellés en français. Ce sont essentiellement le Médoc - avec les châteaux Margaux, Giscours ou Lafite par exemple -, et le Sauternais - avec Yquem et la Tour Blanche -, qui dominent alors<sup>31</sup>. Avec bien sûr un nombre inimaginable de copies, tel ce « *Cresta Blanca Chateau Yquem* » produit en Californie<sup>32</sup>... Préciser le nom du négociant qui vend les vins est alors un gage de qualité. Les maisons Cruse et fils, Calvet ou encore Brandeburg Frères, garantissent alors la qualité des vins de Bordeaux aux yeux du consommateur<sup>33</sup>. Mais non son origine... Cette primauté française est écrasante : les deux-tiers des vins proposés sur la période 1851-1901 sont d'origine hexagonale. Les autres pays sont bien moins représentés : l'Allemagne avec 17,7 % des vins, l'Espagne avec 7,7, puis le Portugal avec 7,3. Il existe cependant des évolutions sur la période.

Tout d'abord parce que les États-Unis quittent le modèle anglais, en présentant de moins en moins de vins fortifiés sur les menus (avec un déclin des Jerez, Porto et Madère surtout, les Marsala étant encore bien peu présents ; ils viendront plus tard avec émigration italienne). C'est aussi le début d'un approvisionnement global : l'Australie apparaît déjà un petit peu à partir de 1900 (avec des vins peut-être passés par Londres tant il n'y a pas de continuité), des vins de Palestine en 1906, et des États-Unis même. C'est alors la naissance de l'actuel quatrième producteur mondial à laquelle on assiste. 5,4 % des vins proposés sur la période 1851-1901 proviennent du territoire américain, soit davantage que les vins italiens (3,8 % des références). Il est déjà possible d'assister à l'émergence de marques commerciales, avec des producteurs qui proposent tout un ensemble de vins génériques, s'inspirant encore des toponymes européens. Ainsi Inglenook, produisant dans la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle de nombreux « *Claret* », « *Burgundy* », ou « *Sauternes* », mais aussi des vins de cépage, pinot ou riesling<sup>34</sup>. Elles répondent aux marques françaises, essentiellement de la Champagne ou de Cognac, espagnoles ou encore portugaises<sup>35</sup>.

---

30 Les grands châteaux bordelais apparaissent bien sûr avant 1855. Par exemple en 1851, au Revere House de Boston, on pouvait boire des Lafite, Margaux, Latour, et autres Haut-Brion ([http://menus.nypl.org/menu\\_pages/25827](http://menus.nypl.org/menu_pages/25827)). Le premier restaurant à mentionner l'existence de « *premiers crus* » est le Tremont House (Chicago) dans un menu du 27 juillet 1859 ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/30839](http://menus.nypl.org/menu_pages/30839).

31 Une carte classée par négociants bordelais (Cruse, Brandebourg, Calvet, etc) est par exemple proposée au consommateur dînant à l'hôtel Netherlands à New York en 1896 ([http://menus.nypl.org/menu\\_pages/39210](http://menus.nypl.org/menu_pages/39210)) ; on y trouve les grands domaines bordelais.

32 Un vin servi le 29 mai 1891 lors d'une célébration qui se tient au gouvernorat de Californie ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/26797](http://menus.nypl.org/menu_pages/26797).

33 Les noms de négociants figurent très régulièrement sur les cartes, comme celle du Hastor House datée du 16 janvier 1900 ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/44231](http://menus.nypl.org/menu_pages/44231).

34 A l'hôtel Gibson (Cincinnati), en 1918, un « *Inglenook Riesling* » ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/67385/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/67385/explore).

35 Tous les grands noms des négociants champenois et cognaçais apparaissent. Pour l'Espagne, on pourra par exemple

Enfin, on retiendra une forte représentation des vins allemands qui explique l'ampleur de l'offre en vins blancs évoquée ci-dessus, et donc le goût américain pour le riesling. Il est fort probable qu'un phénomène de réseau joue ici. L'importance de la diaspora allemande est manifeste aux États-Unis (ADAMS, 1993, p. 5) Aussi, de nombreux restaurants dont les noms sont à consonance allemande proposent-ils des vins rhénans ou mosellans<sup>36</sup>. Ils s'approvisionnent par le biais de négociants d'origine germanique : Cruse pour Bordeaux, Bruninghaus pour la Bourgogne<sup>37</sup>. Et bien sûr en Allemagne par le biais des maisons D. Leiden (Cologne) ou Conrad Mappes (Mayence)<sup>38</sup>. De grands producteurs de la vallée de la Napa, comme Wenté, Beringer (célèbre pour sa maison de style architectural rhénan, que l'on peut d'ailleurs voir dans le film *This Earth is Mine* - 1959), ou Krug, sont à remarquer. Frank Schoonmaker témoigne d'une véritable fascination pour les vins allemands (SCHOONMAKER, 1934, p. 113). Il publie même un livre qui leur est entièrement dévoué (SCHOONMAKER, 1956).

Cette forte présence des vins allemands s'écroule à partir de la Première Guerre Mondiale, et surtout à la suite de la Seconde Guerre Mondiale.

## Conclusion

Il est bien possible de comparer le rôle des États-Unis à celui de l'Angleterre des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles. À ceci près que leur influence est désormais globale. Elle est tout d'abord géographiquement parlant mondiale : tous les vignobles semblent concernés. Tant les anciens, avec les « *Super Toscons* » par exemple, que ceux plus récents et lointains, comme la région de Coonawarra en Australie, ou proches, avec la Californie évidemment. Pour autant, ce qui caractérise l'offre en vins à travers les menus pour la période 1851-1920 est le faible éclectisme des suggestions. Quelques grandes régions européennes, essentiellement françaises, dominent l'essentiel des cartes. Avec une particularité notable, un fort tropisme allemand. Mais l'ouverture d'une première brèche dans ce panthéon classique des vins avec l'émergence des vins américains, certes contrariée par la Prohibition, signifie déjà que l'ordre mondial pourrait être ébranlé. Ce n'est que dans la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle que l'offre se diversifie.

Elle est ensuite novatrice en termes de discours. Les États-Unis cherchent à modifier les codes qui régissaient le vin. Franck Prial, ancien critique du *New York Times*, évoque un langage façonné par la culture classique « *d'Oxbridge* » (PRIAL, 2001, p. 2). Il est réservé à une élite bien née. L'Amérique cherche à promouvoir l'accès au vin pour tous grâce à un vocabulaire simple qui repose sur le cépage. Elle s'appuie pour cela sur une tradition aux origines multiples et différenciées dans le temps. Longworth naguère, Schoonmaker plus tard, Mondavi et d'autres producteurs à présent.

Elle est donc normative. La pensée américaine repose en effet sur une vision égalitaire (LYNCH, 1988, p. 3) : il ne doit plus y avoir de vins nés coiffés, puisqu'ils sont, avant tout, le fruit d'un dur labeur. Il convient par conséquent de tous les mettre sur un pied d'égalité, principe fort qui puise ses racines dans l'idée de démocratie à l'américaine (ASIMOV, 2012, p. 34). Le critique Robert Parker évoque ce point dans le documentaire *Mondovino* (2003). Il s'assigne une véritable mission, celle de couper la tête des vins supposés nobles pour les mettre sur un pied d'égalité avec les autres, et notamment ceux du Nouveau Monde. Derrière cela se cache le souci de ne pas induire en erreur le consommateur par un choix préétabli. Disons-le différemment : il convient de ne pas décider de la

---

remarquer l'apparition de la marque Tio Pepe du producteur Gonzalez Bias en 1937 (au Waldorf Astoria, NY ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/61350/explore](http://menus.nypl.org/menu_pages/61350/explore)). Les grands noms du Porto sont également très présents, de Croft à Sandeman par exemple.

36 Un exemple parmi bien d'autres : le Rathskeller de A.H.Meyer (NY, 9 juillet 1914) dans lequel les vins allemands dominent les crus d'autres pays ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/72080](http://menus.nypl.org/menu_pages/72080).

37 Un Pommard 1878 est ainsi proposé en 1900 au restaurant du Battery Park Hotel (Asheville, NC) ; [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/2160](http://menus.nypl.org/menu_pages/2160).

38 Pour ces deux exemples, carte du restaurant Parker House (Boston) en 1858. [http://menus.nypl.org/menu\\_pages/32244](http://menus.nypl.org/menu_pages/32244).

qualité en amont par un Signe de qualité élaboré par les producteurs eux-mêmes (une entente tacite sur le dos du consommateur), mais bien dans le verre, à l'aveugle, de façon à être débarrassé de tous préjugés. C'est donc *in fine* la main invisible du marché qui doit trier le bon grain de l'ivraie.

Le vin n'est pas seulement devenu un attribut de l'*American Way of Life*. Il renvoie à une pensée sur le monde. Un monde fluide, ouvert, régi par les lois du marché et de la libre-entreprise.

### Bibliographie :

- ADAMS, W.P., *The German-Americans. An Ethnic Experience*, American Edition, Max Kade German-American Center, Indiana University - Purdue University at Indianapolis, 1993, 46 p.
- ASIMOV, E., *How to Love Wine. A Memoir and Manifesto*, New York, HarperCollins, 2012, 278 p.
- DION, R., *Histoire de la vigne et du vin en France des origines au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Flammarion, 1959, 768 p.
- ENJALBERT, H., *Histoire de la vigne et du vin, l'avènement de la qualité*, Paris, Bordas, 1975, 208 p.
- GALTIER, G., « *La Bataille des vins d'Henri Andeli. Un document sur le vignoble et le commerce des vins dans la France médiévale* », *Bulletin de la société languedocienne de géographie*, t. 2, fasc. 3, 1968, pp. 5-41.
- GARRIER, G., *Histoire sociale et culturelle du vin*, Paris, Larousse, 1998, 768 p.
- HANCOCK, *Oceans of Wine. Madeira and the Emergence of American Trade and Taste*, The Lewis Walpole Series in Eighteenth-Century Culture and History, New Haven, Connecticut, Yale University Press, 2009, 662 p.
- JACQUET, O., *Un siècle de construction du vignoble bourguignon. Les organisations vitivinicoles de 1884 aux AOC*, Dijon, EUD, Coll. Sociétés, 2009, 298 p.
- JOHNSON, F. E., sld, « Frank Schoonmaker Visionary Wine Man », [www.frankjohnsonselections.com/frank\\_schoonmaker.pdf](http://www.frankjohnsonselections.com/frank_schoonmaker.pdf)
- JOHNSON, H., *La Toscane et ses vins*, Paris, Solar, 2001, 144 p.
- LE GARS, C., HINNEWINKEL, J.-C., « Le commerce mondial des vins à la fin du XX<sup>e</sup> siècle », in *La Nouvelle planète des vins*, 2000, pp. 381-394.
- LICHINE, A., *Encyclopaedia of wines & spirits*, in collaboration with William Fifield and with the assistance of Jonathan Barlett and Jane Stockwood, London, Cassell, 1967, xv, 695 p. Ouvrage traduit en français et publié sous le titre *Encyclopédie des vins et des alcools* ; avec la collaboration de William Fifield ; et l'assistance de Jonathan Bartlett et de Jane Stockwood ; traduit de l'américain par Yves Malartic - Paris : R. Laffont, - XVIII-765 p.
- LYNCH, K., *Adventures on the Wine Route. A Wine Buyer's Tour of France*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 1988, 272 p.
- McCOY, E., *The Emperor of Wine. The Rise of Robert M. Parker, Jr., and the Reign of American Taste*, New York, HarperCollins Publishers, 2005, 342 + 18 p.
- MONDAVI, R., *Harvests of Joy. How the Good Life Became Great Business*, avec Paul Chutow, A Harvest Book, Harcourt Brace & Company, San Diego, New York, London, 1998, 364 p.
- PIJASSOU, R., *Le Médoc : un grand vignoble de qualité*, Paris, J. Tallandier, 1980, 2 vol., 1473 p.
- PINNEY, T., *A History of Wine in America. From the Beginnings to Prohibition*, Berkeley, University of California Press, 1999, 554 p.
- PINNEY, T., *A History of Wine in America. From Prohibition to the Present*, Berkeley, University of California Press, 2005, 532 p.
- PRIAL, F.J., *Decantations: Reflections on Wine by the New York Times Wine Critic*, New York, The New York Times Company, 2001, 304 p.
- ROUDIÉ, P., « Bordeaux, un modèle pour la viti-viniculture mondiale ? », *Cahiers d'Outre-Mer*, 1997, 50 (200), oct.-déc., pp. 403-422.
- ROUDIÉ, P., *Vignobles et vigneron du Bordelais (1850-1980)*, Talence, Presses Universitaires de Bordeaux, coll. « Grappes et millésimes », 1988, 436 pages.
- SCHIRMER R., « Holly[wine] ou le vin dans le cinéma américain », *Annales de Géographie*, n° spécial sur le cinéma dirigé par Jean-François Staszak. À paraître en 2014.
- SCHIRMER, R., « Un nouveau monde des vins », *Pour*, 2012, 215-216, pp. 115-121.
- SCHIRMER, R., « Les vignobles et leurs patrimoines : cépages, architectures et paysages au cœur de la mondialisation », in *Patrimoines, héritages et développement rural en Europe*, A. Berger, P. Chevalier, G. Cortes, M. Dedeire (dir.), Actes du Colloque international *Héritages et trajectoires rurales en Europe*, 6 – 7 septembre 2007, Montpellier, UMR 5045 Mutations des territoires en Europe, Université Paul Valéry, Coll. Logiques sociales, Ed. L'Harmattan, 2010, pp. 179-203.
- SCHOONMAKER, F., *Through Europe on two dollars a day*, New York, McBride, 1927, 225 p.
- SCHOONMAKER, F., MARVEL, T., *The Complete Wine Book*, New York, Simon and Schuster, 1934, 315 p.
- SCHOONMAKER, F., MARVEL, T., *American Wines*, New York, Duell, Sloan and Pearce, 1941, 312 p.

SCHOONMAKER, F., *The wines of Germany*, New York, Hastings House, 1956, 152 p.  
SIMPSON, J., *Creating Wine. The Emergence of a World Industry, 1840-1914*, Princeton and Oxford, Princeton University Press, 2011, 344 p.  
TABER, *Le Jugement de Paris. Le Jour où les vins californiens surclassèrent les grands crus français*, Paris, Ed. Gutenberg, 2008, 328 p.

Filmographie :

*Bottle Shock*, Réalisateur : Randall Miller. 110 minutes. Freestyle Releasing, 20th Century Fox, 2008.

*Mondovino*, documentaire de Jonathan Nossiter, Goatworks – Les Films de la Croisade, 2 h 15 mn, 2003.

*This Earth Is Mine*, Réalisateur : Henry King. 124 minutes. Universal International Pictures, 1959.