HAL
open science

Compte rendu d'ouvrage - Le marché de l'excellence. Les grands crus à l'épreuve de la mondialisation

Antoine Bernard de Raymond

To cite this version:

Antoine Bernard de Raymond. Compte rendu d'ouvrage - Le marché de l'excellence. Les grands crus à l'épreuve de la mondialisation. Revue d'Etudes en Agriculture et Environnement - Review of agricultural and environmental studies, 2010, 91, pp.242-247. hal-01201208

HAL Id: hal-01201208

https://hal.science/hal-01201208

Submitted on 17 Sep 2015

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.

MARIE-FRANCE GARCIA-PARPET, **Le marché de l'excellence. Les grands crus à l'épreuve de la mondialisation**

Paris, Seuil, collection Liber, 2009, 266 p.

L'ouvrage de Marie-France Garcia-Parpet se propose d'étudier les effets de la mondialisation du marché du vin sur l'espace des producteurs français par le prisme de la transformation des formes de classement. Ce faisant, il apporte une contribution nouvelle à un ensemble de travaux sur le rôle de la qualité des produits dans l'organisation des marchés, particulièrement les marchés agroalimentaires (*cf.* Bernard de Raymond, 2007 ; Chauvin, 2010 ; Laferté, 2006 ; Stanziani, 2003 et 2005 ; Vatin, 1996). Empiriquement, Marie-France Garcia-Parpet s'attache à observer les effets sur les producteurs français de la déstabilisation du système historique des grands crus (*i.e.* un classement par l'origine et la rareté) par un classement fondé sur les cépages, issu des Etats-Unis. Cette approche se veut entièrement sociologique, dans la mesure où elle ne vise pas seulement ou premièrement à analyser les effets de ces luttes de classement sur la concurrence et les prix, mais sur un espace social, ou des espaces sociaux. Elle offre ainsi une vision du marché non simplement comme une forme de compétition par les prix, mais comme lutte pour l'entrée dans la compétition marchande. La question posée par la sociologue du marché devient : quelles sont les ressources pertinentes (économiques et extra-économiques) pour entrer dans la compétition.

L'originalité de l'analyse du marché construite par Marie-France Garcia-Parpet tient à ce qu'elle combine une étude des institutions (comme l'INAO, Institut national des appellations d'origine), une ethnographie des trajectoires sociales et, en particulier, familiales des producteurs de vins, et une sociologie de la production de représentations sociales liées à des espaces productifs. Ainsi, la perturbation du marché français du vin n'est pas saisie à partir d'indicateurs agrégés, mais à partir de la comparaison entre deux régions productrices (la Loire et le Languedoc-Roussillon). Ceci permet de sortir d'une vision de la mondialisation comme déterritorialisation et homogénéisation des processus productifs, et d'illustrer les tensions qui existent entre et à l'intérieur des territoires.

Le livre s'organise autour d'une ethnographie de ces deux régions, avec une partie intermédiaire, qui joue le rôle de pivot, consacrée à l'émergence de nouvelles formes de classement et l'apparition d'un champ de la prescription œnologique, cette partie intermédiaire étant réalisée à partir de sources livresques.

La première partie, consacrée à la Loire (Chinon, etc.) montre le cas d'une région s'inscrivant de longue date dans le système des AOC – système garanti et légitimé par l'Etat de valorisation du vin par la référence à l'origine et la tradition – dans lequel elle occupe une position moyenne dans la hiérarchie nationale, et qui se trouve déstabilisée par la mondialisation du marché du vin et l'imposition de nouveaux critères de classement. Après avoir rappelé l'histoire du travail collectif de valorisation de l'appellation Chinon, Marie-France Garcia-Parpet revient sur les trajectoires individuelles et familiales des producteurs pour la période plus récente. L'espace local apparaît ainsi comme un espace fragmenté, traversé par des tensions résultant de la diversité des dispositions et des ressources sociales des producteurs. Deux aspects apparaissent particulièrement pertinents : la reproduction et l'endogamie sociales. Les producteurs qui reprennent l'exploitation de leurs parents tendent à reproduire des pratiques et des schèmes de perception traditionnels (consistant à voir dans le vin de Chinon un vin à destination essentiellement locale) tandis que les producteurs issus d'autres milieux ou ayant à un moment donné quitté la région sont plus enclins à des innovations techniques et commerciales. De même, l'auteur souligne le rôle des femmes dans

la rationalisation des activités productives et commerciales. Les femmes issues d'autres milieux sociaux et d'autres régions sont souvent à l'origine d'innovations, telles que la pratique de la vente directe ou le développement de la pluriactivité (tourisme). Au final, les stratégies familiales traditionnelles de reproduction apparaissent comme un handicap dans la nouvelle donne du marché, tandis que les outsiders de la région apparaissent plus à même de capter les nouvelles demandes sociales qui se font jour.

La deuxième partie du livre décrit les transformations des manières de produire et de consommer du vin, liées à la montée en puissance des vins du « Nouveau Monde » (Etats-Unis, en particulier). Alors que la tradition française de l'excellence sociale repose sur la capacité à mettre à distance (temporelle) l'acte de consommation et la constitution d'une cave, qui devient un patrimoine économique et culturel à transmettre, le modèle américain des *wineries* se caractérise par une politique libérale concernant les surfaces cultivées, les techniques utilisées, et favorise la recherche d'innovations visant à conquérir un public le plus large possible et n'ayant pas de culture historique du vin. C'est ainsi qu'apparaît progressivement un classement des vins simplifié par cépages, plutôt que par les appellations, dont la multiplicité apparaît comme un obstacle pour le consommateur non averti. Le paradoxe de ce nouveau système de classement, destiné à la conquête de marchés de masses et qui semble remettre en cause le modèle français de l'excellence, est qu'il a été légitimé par les producteurs français qui, se sentant à l'étroit dans l'espace national, se sont installé aux Etats-Unis où ils ont constitué des partenariats avec les producteurs locaux et ont, par là même, légitimé leurs pratiques. Ce processus de mondialisation du marché est donc lié à une internationalisation du capital. Mais ce n'est pas tout : deux autres facteurs ont joué un rôle essentiel ; d'une part, la constitution et la consolidation d'un champ de la prescription œnologique et, d'autre part, l'internationalisation des carrières des œnologues. Ainsi, l'explosion de la littérature oenophile a favorisé l'accès à la consommation de vin par les classes moyennes, prêtes à déléguer le jugement sur la qualité des vins à des tiers. Le développement du système de notation des vins (introduit par le critique américain R. Parker) a favorisé une logique de comparabilité des vins à l'échelle de la planète et un mode de consommation plus hédonique. De même, le processus d'internationalisation des carrières des œnologues (qui « conseillent » le vigneron, en particulier pour le processus de vinification) a favorisé l'émergence, au niveau international, d'un « *vin dominé par la technologie, ce qui tend à déconstruire le vin comme produit de la relation quasi charnelle entre le vigneron et le terroir* ».

La troisième partie est consacrée au cas du Languedoc-Roussillon, région occupant historiquement une position reléguée dans l'espace national, liée à l'ancrage industriel de sa production de vin. C'est dans ce contexte que des entrepreneurs innovants, dotés de compétences dans d'autres domaines que la viticulture, font le pari de contourner le système des AOC, pour adopter les classements du « Nouveau Monde » : vins de cépage, stratégies de marques et commercialisation tournée vers l'export. Mais cette nouvelle stratégie n'est pas accessible à tous, et la plupart des coopératives et des producteurs de la région n'arrivent pas à circonvenir aux nouvelles exigences de la production de qualité et à se reconvertir. Ce sont plutôt des outsiders ou des enfants de la région qui retournent au pays après l'avoir quitté qui profitent de la nouvelle donne. En tout état de cause, le nouveau système implique en général la constitution de « partenariats » avec des entités économiques plus larges (et englobant plusieurs domaines), aptes à gérer les coûts de marketing, de gestion et de normalisation selon un modèle anglo-saxon. La mise en place de ces « partenariats »

signifie donc que le domaine cesse d'être l'unité de gestion. Ce « succès », qui se traduit par la mise en place de partenariats avec des entreprises multinationales, reproduit le phénomène auquel le producteur cherchait à échapper, à savoir la dépossession de la commercialisation de son produit. Enfin, ces transformations se traduisent par des tentatives de reconfiguration de l'image sociale de la région, associant le vin au tourisme, et visant à passer du « Midi rouge » à la « Méditerranée ».

Le livre de Marie-France Garcia-Parpet décrit les contraintes que la mondialisation fait peser sur les acteurs et montre, en particulier, la transformation des ressources et des compétences nécessaires pour pouvoir entrer dans la compétition économique. L'auteur montre en outre que la mondialisation n'a pas les mêmes effets selon les configurations sociales locales. J'axerai ma discussion de l'ouvrage autour de trois thèmes : la mondialisation, le rôle des institutions dans les activités économiques, le lien entre pratiques culturelles (mise en scène) et pratiques culturales.

Comme on l'a dit, l'auteur montre que la mondialisation ne résulte pas d'un phénomène endogène d'expansion des échanges, qui exerceraient des effets homogènes sur l'ensemble de la planète. Dans le cas étudié, l'internationalisation des échanges est utilisée comme levier par des agents qui y trouvent, à un moment donné, un certain intérêt, comme ces producteurs français qui se sont estimés trop à l'étroit dans le « carcan juridique » des AOC et qui ont trouvé aux Etats-Unis un lieu pour poursuivre leurs stratégies d'expansion. En outre, la mondialisation apparaît comme un phénomène protéiforme, qui se joue à différents niveaux ne présentant pas nécessairement d'homologie entre eux. On peut ainsi repérer plusieurs figures de l'international dans le livre de Marie-France Garcia-Parpet. En premier lieu, il y a l'internationalisation du capital. On passe d'une homologie stricte entre le foncier et le capital, formant une unité de gestion unique, à des stratégies de multilocalisation, où des entreprises se constituent des portefeuilles d'exploitations, qui comptent effectivement un viticulteur, lequel doit désormais compter avec une stratégie globale de la multinationale. Ensuite, il y a les normes et les règles. Dans le cas du vin, s'il n'y a pas forcément de système de classement universellement partagé mais plutôt des systèmes de classement qui entrent en tension entre eux, le livre montre que le classement par cépages tend à se propager dans le monde entier, ce qui tend paradoxalement à universaliser les cépages français (pinot noir, cabernet-sauvignon), alors que ce sont justement les producteurs français qui s'estiment menacés par ce système. Troisièmement, la mondialisation passe par l'internationalisation des carrières, en particulier celle d'œnologue, qui engendre une circulation internationale de certaines pratiques de vinification. Ces enjeux de carrière interagissent avec la question de la famille. La lecture du livre laisse à penser que les stratégies de reproduction traditionnelles, qui favorisaient l'accumulation et la transmission des ressources, deviennent un handicap dans la mondialisation. Enfin la mondialisation passe par les mouvements d'importation et d'exportation de produits.

Concernant la mondialisation, il est toutefois une question à laquelle l'auteur ne répond pas, qui serait de savoir si la mondialisation est quelque chose qui est mobilisée pour redéfinir les rapports de force au sein du champ national, ou bien si cela permet de tracer l'émergence d'un champ transnational. Est-ce que l'on reste dans un espace national, à l'intérieur duquel l'international apparaît comme un levier pour gagner une position de pouvoir, ou bien y a-t-il un espace international, un champ international qui apparaît ? Ou les deux ? Mais, alors, comment les gens circulent-ils entre ces espaces, et comment ces espaces s'articulent-ils ?

A cet égard, on peut noter que l'Europe est relativement absente du livre. Or, globalement, la France a réussi à imposer son système de signes de qualité au niveau européen, même s'il y a aussi la CCP (certification de conformité de produit) qui est la norme la plus proche de la vision anglo-saxonne de la qualité. Dans le texte, les seules institutions sont des institutions nationales (INAO). La prise en compte d'une dimension européenne aurait notamment permis de préciser si la tension entre systèmes de classement se résout par le remplacement d'un des modèles par l'autre, ou bien par une coexistence entre les deux modèles et une complexification du système [1].

Cette question sur le rôle des institutions dans la mondialisation amène à une question plus en amont : qu'est-ce qu'on appelle une institution ? On peut distinguer au moins (et sans que cela soit exhaustif) deux manières d'envisager l'institution en sociologie : souvent, elle s'incarne dans des lieux (l'asile psychiatrique, l'école, la caserne, l'église) qui sont des espaces confinés, c'est-à-dire des lieux dont on peut contrôler l'accès, donc sélectionner la position de celui qui y entre et lui imposer des définitions du moi et des buts légitimes, etc. Par métaphore, l'institution correspond à tout « corps » (toute population définie par un mode de sélection et un contrôle interne, comme par exemple le numerus clausus). En cela l'institution est une sorte d'habitus collectif. D'un autre côté, l'institution correspond plutôt à une convention partagée, ou partageable, que différents acteurs s'approprient, questionnent, interprètent, et qui par la même les socialise. Dans cette tradition plus weberienne, on observe comment les gens se servent de la règle de droit pour qualifier leur propre situation et rationaliser leurs activités [2]. Au demeurant, ces deux visions de l'institution ne sont pas nécessairement contradictoires, mais l'apport de la seconde est qu'elle permet de problématiser la question de l'intérêt, pour l'inscrire dans des processus et des façons de qualifier des situations. Dans le livre de Marie-France Garcia-Parpet, il semble que l'intérêt est une donnée déjà existante et qu'il est toujours possible d'objectiver les « stratégies » des acteurs. Certes, il ne s'agit pas de dire que l'intérêt n'intervient pas dans les activités économiques, mais de considérer sa construction comme problématique. Dans le livre, les institutions ne semblent faire qu'enregistrer ces luttes d'intérêt qui existent indépendamment d'elles, et les acteurs semblent toujours savoir (ne serait-ce qu'inconsciemment) ce qu'ils font.

Un troisième point demande à être abordé, celui de la mise en scène du vin ou d'une région, de la construction d'une image sociale du produit, propre à capter/définir les attentes des consommateurs. L'auteur y consacre un chapitre dans chacun des cas observés (la Loire et le Languedoc-Roussillon), à partir d'une ethnographie fine des mises en scène auxquelles donnent lieu les salons du vin. En saisissant la diversité des façons de se présenter, l'auteur montre la façon dont les producteurs se représentent leur activité et leur produit et la manière dont ils espèrent le(s) valoriser. Ceci objective en quelque sorte l'espace social dans lequel les producteurs s'inscrivent et la position qu'ils y occupent. Mais cette étude des représentations rapportées à des trajectoires sociales laisse finalement à penser que les enjeux auxquels les producteurs font face sont avant tout des enjeux symboliques. Ceci a notamment une conséquence : le lecteur ne les « voit » pas travailler. Ou, plus exactement, le travail semble se résumer à un travail de mise en scène du produit. Pour ainsi dire, les « pratiques

[1] Sur le rôle des institutions européennes dans la mondialisation, voir Fligstein et Mérand, 2005.
[2] *Cf.* Weber, 2001.

culturales » se laissent entièrement subsumer par les « pratiques culturelles ». Pourtant, et comme l'auteur le souligne à certains passages, les systèmes de classification étudiés sont solidaires d'une certaine conception de la nature et du travail agraire [3]. Ainsi, les systèmes de classement pointent non seulement vers l'aval, vers des façons de valoriser un produit auprès des consommateurs, mais aussi vers l'amont, vers des façons de travailler. Ceci pose la question de savoir comment les producteurs construisent une « prise » (Bessy et Chateauraynaud, 1995) sur leur environnement. Comment interagissent des façons de qualifier la nature (aspect central dans le système des appellations d'origine) et des innovations techniques ou technologiques ? Les transformations du marché du vin se jouent-elles uniquement au niveau des luttes de classement concernant les manières de valoriser le produit, ou bien la montée en puissance des enjeux, par exemple sanitaires et environnementaux, induit-elle d'autres transformations ? Autrement dit, si l'on comprend bien la volonté du chercheur de sociologiser son objet, on peut se demander si, à ne prendre en compte que les trajectoires sociales et la construction sociale de la représentation, on n'en vient pas paradoxalement à ré-instituer un partage entre « nature » et « culture », ou entre « technique » et « social ». A l'inverse, prendre au sérieux les enjeux autour des pratiques culturales, ce n'est pas faire de la technique une variable indépendante et exogène qui impacterait sur le social, mais c'est prendre au sérieux les contraintes empiriques des acteurs et la façon dont ils les partagent, ce en quoi elles sont pleinement pertinentes pour l'analyse sociologique.

Antoine BERNARD de RAYMOND
INRA, UMR 1041 CESAER, Dijon

Bibliographie

Bernard de Raymond A. (2007) Maximes empiriques de l'activité économique. Le marché des fruits et légumes en France, 1936-2006, Thèse de doctorat en sociologie, Ecole normale supérieure de Cachan.

Bessy C., Chateauraynaud F. (1995) *Experts et faussaires. Pour une sociologie de la perception*, Paris, Métaillié.

Chauvin P.-M. (2010) *Le marché des réputations. Une sociologie du monde des Grands Crus de Bordeaux*, Bordeaux, Féret, à paraître.

Fligstein N., Mérand F. (2005) Européanisation ou mondialisation ? La preuve par l'économie européenne depuis 1980, *Terrains & Travaux* 8, 157-193 (traduction d'Elodie Béthoux et Pierre-Paul Zalio).

[3] Voir, par exemple, cet extrait d'un ouvrage d'œnologie, cité par l'auteur : « *Dans le vieux monde, où il y a des siècles de tradition, la nature est déterminante, c'est une force motrice. Dans le nouveau monde, la nature est regardée avec suspicion, un ennemi qui doit être contrôlé, dominé par la science dans ses moindres détails* » (p. 131).

Laferté G. (2006) *La Bourgogne et ses vins : image d'origine contrôlée*, Paris, Belin.

Stanziani A. (2005) *Histoire de la qualité alimentaire*, Paris, Seuil.

Stanziani A. (dir.) (2003) *La qualité des produits en France, XVIIe – XXe siècles*, Paris, Belin.

Vatin F. (1996) *Le lait et la raison marchande : essai de sociologie économique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

Weber M. (2001) *Rudolf Stammler et le matérialisme historique*, Québec, Presses de l'Université Laval.