



**HAL**  
open science

## Les incidences biographiques comme contexte de reproduction des pratiques sociales : la question d'une carrière de pratiques de consommation de vin

Roxane Favier, Anthony Galluzzo, Jean-Philippe Galan

### ► To cite this version:

Roxane Favier, Anthony Galluzzo, Jean-Philippe Galan. Les incidences biographiques comme contexte de reproduction des pratiques sociales : la question d'une carrière de pratiques de consommation de vin. Congrès International de l'Association Française du Marketing, Véronique Des Garets, Patricia Coutelle-Brillet, May 2017, Tours, France. hal-03235619

**HAL Id: hal-03235619**

**<https://hal.science/hal-03235619v1>**

Submitted on 25 May 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.

## **LES INCIDENCES BIOGRAPHIQUES COMME CONTEXTE DE REPRODUCTION DES PRATIQUES SOCIALES : LA QUESTION D'UNE CARRIERE DE PRATIQUES DE CONSOMMATION DE VIN**

**Roxane Favier** IAE de Toulouse – CRM (UMR 5303) roxane.favier@iae-toulouse.fr

**Anthony Galluzzo** IUT de Saint-Etienne – COACTIS (EA 4161) anthony.galluzzo@univ-st-etienne.fr

**Jean-Philippe Galan** IAE de Bordeaux – IRGO (EA 4190) jean-philippe.galan@u-bordeaux.fr

Résumé : Cette recherche a pour objectif d'étudier les pratiques de consommation de vin. Plus précisément, nous nous intéressons au rôle de la trajectoire biographique des individus dans la reproduction des pratiques de consommation de vin. Nous utilisons la méthode des récits de vie afin de permettre aux consommateurs de vin de raconter leurs propres pratiques de consommation de vin. Nos résultats révèlent que les pratiques de consommation de vin se reproduisent selon des contextes spécifiques dépendants de la trajectoire biographique des individus. Nous identifions certains contextes plus favorables à la reproduction des pratiques. Ces résultats mettent en évidence l'importance des individus dans la performance des pratiques et proposent une meilleure incorporation des dimensions relatives à l'individu au sein de la théorie des pratiques sociales. Enfin, nous introduisons la notion de carrière de pratiques et soulignons la nécessité pour l'industrie viticole de cibler des consommateurs selon la phase de la carrière des pratiques de consommation de vin dans laquelle ils se situent.

Mots-clés : pratiques ; vin ; carrière ; récits de vie.

### **BIOGRAPHICAL REPERCUSSIONS AS CONTEXT OF REPRODUCTION OF SOCIAL PRACTICES: A CAREER OF WINE CONSUMPTION PRACTICES IN QUESTION**

Abstract : This research aims at investigating wine consumptions practices. More precisely, we focus on the role of individuals' biographical trajectory in the reproduction of wine consumption practices. We use a biographic narratives method to allow wine consumers to tell their own wine consumption practices. Our results show that wine consumption practices are reproduced in specifics contexts dependent on individuals' biographical trajectory. We identify some contexts more favourable to the reproduction of practices. These results outline the importance of the individual in the enactment of practices and advocate for a better incorporation of individual dimensions in the theory of social practices. Finally, we introduce the career of practices notion and also outline the necessity for wine industry's to target consumers according to the career of practices' phase within which they are located.

Keywords : practices; wine; career; biographic narratives.

## LES INCIDENCES BIOGRAPHIQUES COMME CONTEXTE DE REPRODUCTION DES PRATIQUES SOCIALES : LA QUESTION D'UNE CARRIÈRE DE PRATIQUES DE CONSOMMATION DE VIN

### Introduction

Le marché du vin connaît depuis quelques années une baisse de la consommation notamment dans les pays producteurs traditionnels. Selon les données statistiques fournies par l'OIV (Organisation Internationale de la vigne et du vin, 2016), la consommation individuelle est passée de 78,4 litres en 1995 à 53,6 litres de vin en 2012, soit une baisse de près de 32%. La consommation régulière de vin à table diminue et les consommateurs privilégient désormais des vins de qualité qu'ils consomment plus occasionnellement (Xerfi, 2015). Les travaux d'Amine et Lacoecilhe (2007) ont, par ailleurs, fait émerger une « *évolution des modes de consommation (...) qui se distinguent par leur caractère occasionnel de plus en plus marqué (...) la consommation de vin est de moins en moins fréquente, mais de meilleure qualité et plus orientée recherche de plaisir et d'authenticité.* » Plusieurs éléments peuvent expliquer cette baisse de la consommation, résumés par Lo Monaco et Guimelli (2008) : « *baisse globale de l'intérêt pour les boissons alcoolisées en général, la peur du gendarme, les effets de la loi Evin ou encore la multiplication des contextes de consommation.* » À cela s'ajoutent également la concurrence des autres boissons alcoolisées et la menace des nouveaux pays producteurs de vin tels que l'Australie, l'Argentine ou encore la Nouvelle-Zélande.

Parallèlement, la diversification de l'offre en matière de vin et la diffusion massive de nouvelles informations, fournies, entre autres, par les revues et les guides spécialisés, ont conduit à un amenuisement de la connaissance, déjà fragile, du consommateur, phénomène que Karpik (2007) appela *paupérisation cognitive*. En effet, aujourd'hui, seuls 3% des Français s'estiment connaisseurs en vin, la grande majorité se déclarant néophytes (SoWine 2015). Sans aide externe simple et fiable, les consommateurs sont alors contraints et réduits à des pratiques de consommation aléatoires pouvant conduire à certaines déconvenues.

Dans ce contexte et à la lumière de la théorie des pratiques sociales, nous nous demandons si, en dépit des conditions structurelles peu favorables, une analyse centrée sur l'individu permettrait de mieux comprendre la dynamique des pratiques de consommation de vin. En effet, dans le cadre de cette recherche, nous orientons notre intérêt sur l'individu qui « porte » les pratiques sociales et qui a fait l'objet d'une faible attention en recherche sur la consommation. Comment la biographie des individus et les pratiques de consommation de vin co-évoluent ? Plus précisément, notre recherche vise à répondre aux questions suivantes : (1) les incidences biographiques des individus conduisent-elles à une (re)structuration de la dynamique des pratiques de consommation ? Si tel est le cas, (2) peut-on parler d'une carrière de pratiques de consommation de vin ?

### La conception du rôle de l'individu au sein de la théorie des pratiques sociales

La théorie des pratiques sociales est le résultat d'une réflexion visant à situer « *l'espace du social* » (Schatzki, 1996) à laquelle des théoriciens tels que Bourdieu, Giddens ou encore Foucault ont contribué. Contrairement aux modèles développés par les théories sociales existantes, la théorie des pratiques sociales ne situe pas le social au sein de l'esprit des individus, des discours ou même des interactions. La théorie des pratiques sociales situe plutôt le social au sein d'une structure intermédiaire, entre l'individu et la structure, c'est-à-dire au niveau des pratiques. Les pratiques sont alors conçues comme l'unité d'analyse de l'ordre social visant à réconcilier les dichotomies présentes en sciences sociales (Reckwitz, 2002).

En se basant sur les travaux de Bourdieu, Giddens et Schatzki, Reckwitz (2002) définit la pratique comme étant un « *type de comportement routinier qui est composé de plusieurs éléments interconnectés les uns aux autres : des formes d'activités corporelles, des formes d'activités mentales, des choses et leur usage, des connaissances de base constituées de compréhension, un savoir-faire, des états émotionnels et des motivations* » (p. 249). En proposant une conceptualisation purement théorique, Reckwitz (2002) éclipse cependant toute application empirique. Ce n'est qu'avec l'émergence des problématiques liées au développement durable que la théorie des pratiques sociales se révèle et connaît ainsi un regain d'intérêt au milieu des années 2000.

En sociologie de la consommation, les travaux de Warde (2005) et de Shove (2005, 2007, 2012) se font l'écho de ce nouvel intérêt pour la théorie des pratiques sociales. Shove et ses collègues (2012) travaillent essentiellement sur les éléments constitutifs des pratiques et leurs évolutions à travers le temps. Selon leurs recherches, les pratiques sont constituées de trois éléments distincts : les matériaux (objets, technologies, entités physiques tangibles et les éléments à partir desquels les objets sont fabriqués) ; les compétences (savoir-faire et technique) et les significations (symboles, idées et aspirations). Ces différents éléments constitutifs des pratiques sont alors repris pour une application empirique dans la plupart des travaux de recherche relatifs à la consommation (e.g. Shove et Pantzar, 2005 ; Ropke, 2009 ; Hargreaves, 2011 ; Magaudda, 2011 ; Truninger, 2011...) alors que d'autres empruntent une typologie différente mais mieux adaptée à leur contexte de recherche. Ainsi, en adaptant les éléments constitutifs des pratiques selon le contexte étudié, aucun consensus fiable n'a été trouvé quant à la structure interne des pratiques sociales.

De plus, souvent occupés à définir et délimiter les pratiques, les travaux négligent la logique dynamique des pratiques sociales, notamment leur évolution dans l'espace-temps. Pour Shove et ses collègues (2012), les pratiques émergent, se maintiennent, changent et disparaissent selon les liens qui se font et se défont entre les éléments constitutifs des pratiques qui sont alors interdépendants et constamment façonnés les uns par rapport aux autres. Ce sont donc ces liens tissés entre les éléments qui vont permettre à la pratique de se reproduire dans le temps, de se stabiliser et d'évoluer à travers la performance individuelle. Cependant, les recherches menées ayant recours à la théorie des pratiques sociales ont majoritairement considéré des pratiques émergentes comme champ d'application ce qui limite l'étude de la dynamique des pratiques sociales dans l'espace-temps. Dès lors, se pose la question de la transposition des conclusions suggérées par les recherches menées à des pratiques durables, telles que les pratiques culturelles. La pratique de consommation de vin en est une illustration de par sa dimension culturelle. En effet, boire du vin n'est pas un acte de consommation banal, l'acte ne relève pas d'un impératif alimentaire mais plutôt d'un comportement culturel.

De même, les travaux portant sur la théorie des pratiques sociales ont également occulté le rôle actif joué par l'individu dans la construction et l'évolution des pratiques sociales. En effet, l'individu est simplement conçu comme un « porteur » de pratiques qu'il exécute de manière routinière, ce qui constitue un parti pris radicalement différent des approches plus conventionnelles. Ainsi, ce point de vue semble alors réduire le rôle de l'individu à celui d'un automate passif puisque sa capacité d'action (*agency*), est contenue dans des pratiques et non détenue par les individus. Shove et ses collègues (2012) ont tenté de réfuter ce constat de passivité en affirmant que les pratiques consistent en une intégration active des éléments constitutifs supposant ainsi une dynamique et un processus impliquant l'individu. Néanmoins, une variabilité inter et intra-individuelle permet de constater également la co-existence d'une pluralité de pratiques et des appropriations plurielles effectuées par des individus dont

l'identité est de plus en plus fragmentée. En effet, un individu peut s'investir dans des pratiques jugées dissonantes, attestant de l'intérêt d'une approche à l'échelle individuelle et de la prise en compte des trajectoires biographiques pour étudier le rôle joué par l'individu au sein de la théorie des pratiques sociales (Trizzulla, Garcia-Bardidia et Remy, 2016).

Enfin, dans le cas des pratiques culturelles, et plus précisément lorsque les pratiques sont exercées aléatoirement et subjectivement du fait du caractère singulier de l'objet de consommation (Karpik, 2007), une forme de réflexivité est nécessairement instaurée chez les individus. À titre d'exemple, la notion de réflexivité est centrale au sein des pratiques de consommation de vin. Le goût du vin et le plaisir lié à sa consommation ne sont pas uniquement des qualités propres aux pratiques, ils sont, en effet, le « *résultat réflexif d'une pratique corporelle, collective et instrumentée, réglée par des méthodes elles-mêmes sans arrêt rediscutées.* » (Hennion, 2004). Le temps d'arrêt, la seconde d'attention portée au vin dans un contexte spécifique confirme alors le rôle joué par les individus et la nécessité de considérer leurs histoires personnelles dans l'étude de la dynamique des pratiques sociales.

## **Méthodologie**

Afin de déterminer si la trajectoire biographique et les pratiques de consommation de vin co-évoluent, nous avons réalisé des récits de vie auprès de 15 consommateurs de vin français. En sociologie, le récit de vie désigne un entretien narratif « *au cours duquel un « chercheur » (...) demande à une personne, que nous désignerons tout au long de ce texte comme « sujet », de lui raconter tout ou partie de son expérience vécue* » (Bertaux, 2016 [1997]). Le sens qu'attribuent les individus à leurs pratiques de consommation de vin ne nous intéresse pas ici. En effet, ce qui nous importe dans cette recherche est le récit qui est fait de ces pratiques, notamment de leur évolution diachronique et de leur entrecroisement avec la biographie des individus qui en sont les porteurs. Il ne s'agit donc pas d'étudier la perception qu'ont les individus de leurs pratiques mais bien d'étudier la manière dont les pratiques émergent, évoluent et s'intègrent dans leur vécu. Les récits de vie que nous avons collectés ont été intégralement enregistrés et retranscrits. L'ensemble des données récoltées a fait l'objet d'une analyse de contenu thématique manuelle (Miles et Huberman, 2003). Chacun des chercheurs a codé les données individuellement, avant de confronter ses résultats à ceux des autres. Nous avons pu ainsi nous assurer de la concordance de nos analyses et discuter des problèmes d'affectation d'unités de sens aux différentes catégories de codage. L'analyse de contenu thématique menée nous a ainsi permis de saisir le rôle que jouent les trajectoires biographiques des individus dans la reproduction des pratiques de consommation de vin.

## **Résultats**

Nos résultats révèlent que les pratiques de consommation de vin, du fait notamment de leur caractère aléatoire et singulier, s'actualisent uniquement dans des contextes spécifiques liés à la biographie des individus, particulièrement ceux liés (1) à la phase d'initiation aux pratiques, (2) à la phase de révélation et, (3) à la phase de désapprentissage.

*Les voyages et guides initiatiques.* Dès leur plus jeune âge, et du fait de l'ancrage considérable du vin dans le paysage français, les individus que nous avons interrogés ont eu un contact plus ou moins direct avec celui-ci, au point de développer une familiarité soutenue avec le produit. D'une manière générale, les points de départ de toute expérience de consommation de vin émergent à la suite d'une rencontre entre le sujet et la personne qui fera office de guide tout au long de son initiation. Bien qu'une formation ne soit pas proprement dispensée, c'est tout le folklore et l'ambiance particulière qui entourent la consommation de

vin qui va constituer l'expérience et initier ainsi la pratique. Les premières expériences de consommation de vin deviennent des souvenirs impérissables non liés directement au goût du vin lui-même, pas majoritairement apprécié la première fois, mais liés plutôt à une atmosphère et un entourage particuliers.

*Ga. : Mon père avait un goût particulier, il aimait beaucoup le vin et il nous a appris à reconnaître des vins différents, des goûts différents, la robe, le bouquet et c'était, il y avait quelque chose, un lien familial, le vin créait un lien familial très très beau et, le vin pour moi créait un lien entre les hommes.*

*Ro. : J'avais une amie dont les parents étaient italiens qui fabriquaient du vin juste à côté de chez moi et donc j'allais faire les vendanges avec eux, j'écrasais le vin dans la cuve, on foulait le vin avec les pieds, j'étais gamine, c'était l'éclate totale après on se disait on va goûter le vin de l'année dernière que les autres ont foulé avec leurs pieds pourris voilà, ça a commencé comme ça.*

Les départs en voyage, et plus particulièrement le changement de contexte de consommation, constituent également une initiation particulière. La tradition du vin en France est telle qu'elle conduit à une familiarisation et à une habitude du sujet qui en vient à ne plus prêter attention aux vins et aux vignobles qu'il rencontre au cours de sa vie. Pourtant, la transposition de ces mêmes éléments dans un nouveau contexte a pour effet de provoquer un déclic chez l'individu qui débute alors son initiation. Il se met à s'intéresser au vin et à reproduire les pratiques initiées une fois de retour dans son foyer, les voyages réalisés par la suite deviennent de véritables pèlerinages dédiés au culte du vin.

*Na. : Je suis partie en Nouvelle-Zélande et en Australie pendant 6 mois et je pense que ça a été le déclic. J'ai découvert des vignobles en Nouvelle-Zélande alors que pourtant je viens d'Alsace mais ils ont une approche tellement différente du vin, je ne l'explique pas particulièrement.*

*Gé. : Il y a une quinzaine d'années j'ai organisé un voyage dans la Loire autour du vin car j'adore le vin de cette région. J'étais tout seul en voiture, je campais et j'avais descendu la Loire jusqu'à l'embouchure. Il n'y avait rien de préparé, planifié, je m'arrêtais simplement déguster dans certaines propriétés. C'était un bonheur.*

*La phase de révélation.* Les pratiques de consommation se révèlent à la suite de ruptures biographiques. Les décès, déménagements ou encore divorces sont des épreuves de la vie qui entraînent un changement au niveau des pratiques de consommation de vin, notamment lorsque ces épreuves imposent aux informateurs de se recentrer. Le passage de la jeunesse à la vie adulte est la rupture biographique la plus saillante en termes de répercussions sur les pratiques de consommation de vin. En effet, le vin, alors considéré jusqu'à présent comme une boisson pour adultes, accompagne très souvent l'informateur dans cette transition à tel point qu'il devient l'objet symbolisant le passage à la vie adulte.

*La. : Quand j'étais gamin j'avais une image du vin un peu réservé aux grandes personnes, un truc qui est loin de moi qui n'est pas dans mon monde à moi et maintenant ça devient un truc qui est vraiment familial, je n'ai plus de craintes irrévérencieuses face au vin, ce n'est pas mon meilleur pote non plus, c'est quelque chose qui est classique, qui fait partie de ma vie, qui ne tient pas une place extrêmement importante mais qui est présente quand même.*

*Lu. : Quand tu es petit tu bois de la grenadine avec de l'eau puis quand tu es grand tu bois des boissons de grands, c'est comme si tu rentrais dans l'âge adulte un peu. Ça rend dans tes habitudes de consommation.*

*La phase de désapprentissage.* Une fois que les pratiques de consommation de vin ont évolué et ont été reproduites maintes fois, les informateurs entrent dans une phase de désapprentissage. Durant cette phase, les individus désapprennent tout ce qu'ils ont pu apprendre jusqu'alors et déconstruisent le savoir dont ils disposent sur l'objet de consommation. Cette phase coïncide généralement avec l'arrêt de toute activité

professionnelle permettant de dédier plus de temps à un ou plusieurs centres d'intérêts. Cette phase de désapprentissage se traduit par une autonomisation poussée des consommateurs et l'expression d'une lassitude envers la banalisation du vin. En effet, ils souhaitent désormais se diriger vers plus d'authenticité et d'originalité afin d'être surpris, étonnés par ce que la diversité et la richesse du vin peut leur offrir. Ils en viennent alors à se défaire des dispositifs qu'ils ont pu mettre en place jusqu'à présent, reconsidérer les répercussions environnementales entraînées par leur consommation de vin pour finir par adopter une démarche plus responsable et centrée sur leurs propres goûts et préférences.

*Am. : On apprend puis à un moment donné il faut désapprendre. Comme les écrivains, on apprend les règles... puis à un moment si on veut vraiment devenir écrivain, il faut désapprendre ce qu'on a appris, notamment tout ce que l'on a appris à l'école. Pour le vin, à un moment il faut avoir une démarche plus personnelle.*

*Gé. : Les clubs de dégustation je ne les pratique plus, je ne suis plus inscrit. Je n'ai plus le besoin puis c'est un petit peu plus général, puisque j'ai à peu près arrêté tout ce qui ressemblait à une chose inscrite tel jour de la semaine, j'étais dans une chorale, j'ai arrêté, j'ai voulu un peu plus de liberté depuis que je suis à la retraite. J'ai un petit peu arrêté tout ça et puis peut-être l'impression de comment dire de faire du surplace, plus trop découvrir des choses dans les cours de dégustation. Je préfère me débrouiller par moi-même maintenant.*

## **Discussion**

Nos résultats révèlent une reproduction des pratiques sociales liées à la consommation de vin tributaire des contextes spécifiques liés à la biographie des individus. En d'autres termes, les trajectoires biographiques infléchissent les pratiques de consommation de vin. En l'absence d'un certain contexte biographique, les pratiques sociales ne pourraient donc plus poursuivre leur reproduction et leur évolution dans l'espace-temps, provoquant ainsi leur sédimentation voire leur disparition. Ce phénomène nous conduit à introduire la notion de « carrière », telle que définie par Hughes (1958, p. 175) comme « *le parcours ou progression d'une personne au cours de la vie (ou d'une partie donnée de celle-ci)*. » De manière similaire aux travaux de Becker (1985 [1963]) sur les fumeurs de marijuana ou les musiciens de jazz, nous postulons l'existence d'une carrière de pratiques constituée de différentes phases se construisant et évoluant selon des modalités spécifiques. Ainsi, en identifiant les différentes phases liées aux pratiques de consommation de vin cela permettrait de mieux en comprendre leur dynamique au regard des trajectoires biographiques et des contextes socio-culturels plus larges et non plus uniquement en considérant les liens entre les éléments constitutifs de la pratique se faisant et se défaisant, d'autant plus qu'aucun consensus n'a été trouvé quant au nombre et à la structure de ces éléments.

Notre recherche pourrait également permettre aux professionnels de l'industrie du vin de mieux cibler leurs consommateurs selon la phase de la carrière de pratiques à laquelle ceux-ci se trouvent et d'orienter ainsi leur stratégie marketing en conséquence. Notre recherche pourrait leur permettre de mieux comprendre les dynamiques d'évolution des pratiques et d'en modifier le cours en mettant à disposition, par exemple, des contextes plus ou moins favorables à leur reproduction. La recherche marketing doit donc œuvrer à étudier l'articulation de la structure interne des pratiques avec à la fois le contexte externe (le « contexte du contexte » selon Askegaard et Linnet, 2011) et le contexte biographique des individus. La théorie des pratiques sociales peut ainsi nous aider à considérer l'individu conjointement comme un esprit et un corps dominés par les structures mais aussi comme un être actif et réflexif pouvant infléchir le cours de l'évolution de ses pratiques (Wilk, 2009).

## Références bibliographiques

Amine A et Lacoeylle J (2007) Les Pratiques de consommation du vin : rôle des représentations et des situations de consommation. In JL Giannelloni (coord) *Congrès International de l'Association Française du Marketing Aix-Les-Bains* 23 1-24.

Askegaard S et Linnet JT (2011) Towards an Epistemology of Consumer Culture Theory: Phenomenology and the Context of Context. *Marketing Theory* 11(4): 381-404.

Becker H (1985 [1963]) *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*. Paris : Métailié.

Bertaux D (1976) *Histoires de vie – ou récits de pratiques ? Méthodologie de l'approche biographique en sociologie*. rapport au CORDES.

Bertaux D (1997) *Les récits de vie*. Paris : Nathan.

Bourdieu P (1996) *Raisons pratiques : Sur la théorie de l'action*. Paris : Editions du Seuil.

Geertz C (1973) *The interpretation of cultures. Selected essays*. London: Fontana.

Hargreaves T (2011) Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. *Journal of Consumer Research* 11(1): 79-99.

Hennion A (2004) *Pragmatics of taste*. In The Blackwell Companion to the Sociology of Culture M Jacobs et N Hanrahan eds Oxford UK/Malden MA, Blackwell 131-144.

Hughes E (1958) *Men and their work*. Free Press 1958.

Karpik L (2007) *L'économie des singularités*. Paris : Gallimard, Bibliothèque des Sciences Humaines.

Legrand M (2004) L'histoire de vie entre sens et non-sens. *Horizons philosophiques* 15(1): 1-15.

Lo Monaco G et Guimelli C (2008) Représentations sociales, pratique de consommation et niveau de connaissance : le cas du vin. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale* (78)2: 35-50.

Magaudda P (2011) When materiality “bites back”: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Research* 11(1): 15-36.

Miles M et Huberman M (2003) *Analyse des données qualitatives*. Paris : De Boeck.

Organisation Internationale de la vigne et du vin (2016) Bases de données statistiques. <http://www.oiv.int/fr/bases-de-donnees-et-statistiques/statistiques> consulté en novembre 2016.

Reckwitz A (2002) Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory* 5(2): 243- 263.

Røpke I (2009) « Theories of practice – new inspiration for ecological economic studies on consumption ». *Ecological Economics* 68: 2490- 2497.

Schatzki TR (1996) *Social practices. A wittgensteinian approach to human activity and the social*. New York : Cambridge University Press.

Shove E et Pantzar M (2005) Consumers, producers and practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic Walking. *Journal of Consumer Culture* 5(1): 43–64.

Shove E et Pantzar M (2007) Recruitment and reproduction: the careers and carriers of digital photography and floorball. *Human Affairs* 17:154-167.



Shove E, Pantzar M et Watson M (2012) *The Dynamics of Social Practice. Everyday Life and How it Changes*. Sage Publications Ltd.

SoWine / SSI (2015) Les Français et le vin. consultable en ligne sur : <http://sowine.com/barometre/>.

Trizzulla C, Garcia-Bardidia R et Rémy E (2016) De Bourdieu à Lahire : déterminismes sociaux et pratiques de consommation plurielles. *Recherches et Applications en Marketing* 31(1): 87-105.

Truninger M (2011) Cooking with Bimby in a moment of recruitment: Exploring conventions and practice perspectives. *Journal of Consumer Research* 11(1): 37-59.

Warde A (2005) Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture* 5(2): 131- 153.

Wilk R (2009) The edge of agency: Routines, habits and volition. In: Shove E, Trentmann F and Wilk R (eds) *Time, Consumption and Everydaylife. Practice, Materiality and Culture*. Oxford and New York: Berg. Kirsten.

Xerfi (2015), Le négoce des boissons.