



**HAL**  
open science

# La Bourgogne, terre des vins de terroir : construction et ressources d'une réputation

Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé, Guillaume Grillon

► **To cite this version:**

Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé, Guillaume Grillon. La Bourgogne, terre des vins de terroir : construction et ressources d'une réputation. Stefano Magagnoli; Philippe Meyzie. Réputation et marché - Produits, origines et marques : perspectives historiques, Presses universitaires du Septentrion, pp.111-129, 2022, 978-2-7574-3560-1. hal-03591977

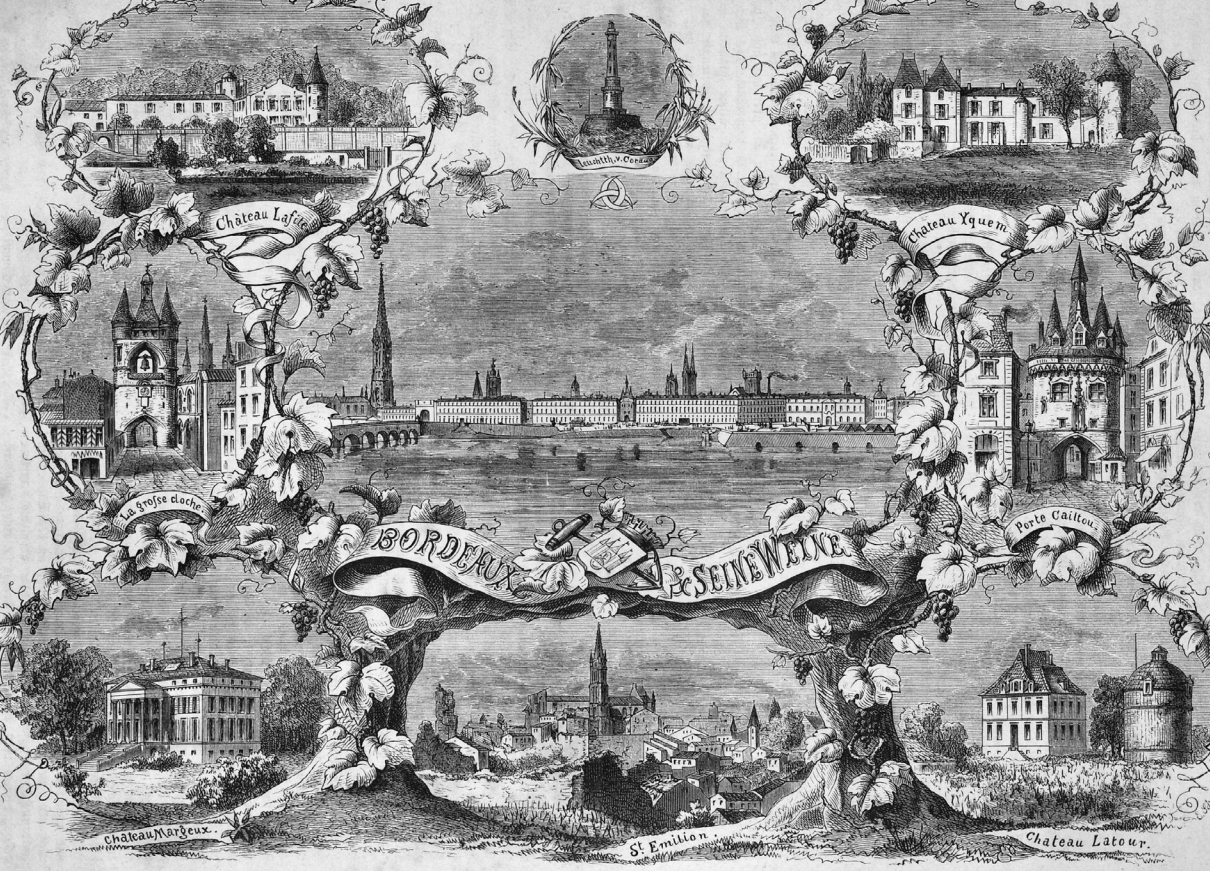
**HAL Id: hal-03591977**

**<https://hal.science/hal-03591977>**

Submitted on 8 Mar 2022

**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.



# Réputation et marché

Produits, origines et marques : perspectives historiques

Stefano Magagnoli, Philippe Meyzie (dir.)



**Stefano Magagnoli** est professeur d'histoire économique à l'Université de Parme (Italie).

**Philippe Meyzie** est maître de conférences HDR en histoire moderne, Université Bordeaux Montaigne-CEMMC.

## Réputation et marché

### Produits, origines et marques : perspectives historiques

Comprendre pourquoi un produit, une origine ou une marque est clairement identifié, distingué des autres et reconnu pour des qualités particulières apparaît comme une question essentielle pour saisir le fonctionnement de l'économie et les dynamiques des marchés selon les moments et les lieux. Cet ouvrage collectif offre une perspective historique inédite pour mieux appréhender l'inscription de la réputation dans le temps et ses rapports avec le passé. Entre marché du luxe et marché de masse, la réputation participe de l'économie de la qualité et contribue à la structuration des marchés. Elle est un processus et une valeur, résultat de stratégies commerciales, mais elle relève aussi d'enjeux culturels, sociaux et politiques que ce livre met en lumière à travers des études sur les productions alimentaires, les vignobles ou les fournitures de la marine. L'histoire de la réputation offre un éclairage original sur les transformations de l'économie, le comportement des consommateurs et l'histoire des marchandises.

Illustrations de couverture :

*Die Gartenlaube*, 1869.

© Ernst Keil's Nachfolger.

Parmigiano Reggiano, Magazzino (Entrepôt).

© Consortium du Parmigiano Reggiano.

ISBN : 978-2-7574-3572-4

ISSN : 1284-5655 (imprimé)

ISSN : 2780-7827 (en ligne)

**18 €**

Maquette Jonas Mazot.

---

**La collection**  
**Histoire et civilisations**

est dirigée par  
Carole Christen

Cet ouvrage est publié après l'expertise éditoriale du comité

Temps, espace et société

et d'une double expertise externe.

Le comité est composé de :

- Frédéric Attal, Université Polytechnique Hauts-de-France
- Clarisse Bardiou, Université Polytechnique Hauts-de-France
- Xavier Boniface, Université de Picardie - Jules Verne
- Jonas Campion, Université du Québec à Trois-Rivières
- Carole Christen, Université du Havre
- **Jean-François Condette (coordinateur)**, Université d'Artois et ESPE-Lille-Nord-de-France
- Benjamin Deruelle, Université du Québec à Montréal
- Thomas Golsenne, Université de Lille
- Étienne Hamon, Université de Lille
- Sandrine Huber, Université de Lille
- Yves Junot, Université Polytechnique Hauts-de-France
- Hervé Leuwers, Université de Lille
- Isabelle Paresys, Université de Lille
- Judith Rainhorn, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Éric Roulet, Université du Littoral - Côte d'Opale
- Émilien Ruiz, Sciences Po Paris
- Emmanuelle Santinelli, Université Polytechnique Hauts-de-France
- Arnaud Timbert, Université de Picardie - Jules Verne
- Béatrice Touchelay, Université de Lille
- Philippe Vervaecke, Université de Lille








---

## Les Presses universitaires du Septentrion

sont une association de cinq universités :

- Université de Lille,
- Université du Littoral – Côte d’Opale,
- Université Polytechnique des Hauts-de-France,
- Université Catholique de Lille,
- Université de Picardie Jules-Verne.

La politique éditoriale est conçue dans les comités éditoriaux. Cinq comités et la collection « Les savoirs mieux de Septentrion » couvrent les grands champs disciplinaires suivants :

-  • Acquisition et Transmission des Savoirs,
-  • Arts et Littératures,
-  • Savoirs et Systèmes de Pensée,
-  • Sciences Sociales,
-  • Temps, Espace et Société.

Publié avec le soutien de l’Université de Lille  
et de la Région Hauts-de-France.

© Presses universitaires du Septentrion, 2022  
[www.septentrion.com](http://www.septentrion.com)  
Villeneuve d’Ascq – France

Toute reproduction ou représentation, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, de la présente publication, faite sans l’autorisation de l’éditeur est illicite (article L. 122-4 du Code de la propriété intellectuelle) et constitue une contrefaçon. L’autorisation d’effectuer des reproductions par reprographie doit être obtenue auprès du Centre Français d’Exploitation du Droit de Copie (CFC) 20 rue des Grands-Augustins à Paris.

Stefano Magagnoli, Philippe Meyzie (dir.)

avec les contributions de

Claudio Besana, Natacha Coquery, Jean-Pierre Garcia, Guillaume Grillon, Thomas Labbé,  
Stéphanie Lachaud-Martin, Caroline Le Mao, Stefano Magagnoli, Corinne Marache,  
Nicolas Marty, Philippe Meyzie, Mariasole Porpora, Pierrick Pourchasse,  
Peter Scholliers, Carmen Soares, Sylvie Vabre, Jean-Pierre Williot

## Réputation et marché

Produits, origines et marques : perspectives historiques

---

Publié avec le soutien de l'Université de Parme  
et de l'Université Bordeaux Montaigne

---

**Presses universitaires du Septentrion**

2022

## Politique de diffusion des livres numériques aux Presses universitaires du Septentrion

---

Les Presses universitaires du Septentrion mettent à la vente les livres numériques sur leur site internet sans appliquer de DRM (Digital Rights Management), ceci afin de ne pas réduire les usages de ses lecteurs. Leurs livres numériques n'en restent pas moins soumis au droit d'auteur.

En conséquence, les Presses universitaires du Septentrion demandent à leurs lecteurs de ne pas diffuser leurs livres numériques sur des plates-formes de partage ni de procéder à de multiples copies privées (> 5).

La violation des droits d'auteurs est constitutive du délit de contrefaçon puni d'une peine de 300 000 euros d'amende et de 3 ans d'emprisonnement (CPI, art. L. 335-2 s.).

Le code de la propriété intellectuelle entend par contrefaçon tous les actes d'utilisation non autorisée de l'œuvre.

La loi incrimine au titre du délit de contrefaçon :

- « toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur, tels qu'ils sont définis et réglementés par la loi » (CPI, art. L. 335-3).
- « le débit [acte de diffusion, notamment par vente, de marchandises contrefaisantes], l'exportation et l'importation des ouvrages "contrefaisants" » (CPI, art. L. 335.2 al. 3).

Source : <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Propriete-litteraire-et-artistique>.

Pour plus d'informations, consultez le site internet des Presses Universitaires du Septentrion [www.septentrion.com](http://www.septentrion.com).

## Table des matières

---

La réputation : un objet historique à identifier .....	9
<b>Stefano Magagnoli et Philippe Meyzie</b>	

### **PREMIÈRE PARTIE. LA VALEUR DE LA RÉPUTATION**

Introduction .....	21
It's easy to say quality. Legal aspects of food quality .....	25
<b>Mariasole Porpora</b>	
The long life of Roquefort's renown and its Markets: continuity and disruptions since the Middle Ages .....	33
<b>Sylvie Vabre</b>	
Approaches in Commercial Education to the Reputation of Foodstuffs: Portugal in the 18 <sup>th</sup> Century .....	53
<b>Carmen Soares</b>	
« Le sandwich SNCF » : entre utilité marchande et mauvaise réputation .....	71
<b>Jean-Pierre Williot</b>	

### **DEUXIÈME PARTIE. RÉPUTATION, QUALITÉ ET GOÛT**

Introduction .....	91
Réputation, luxe et goût français au XVIII <sup>e</sup> siècle. Les ressorts du <i>made in France</i> .....	95
<b>Natacha Coquery</b>	



La Bourgogne, terre des vins de terroir : construction et ressources d'une réputation .....	111
<b>Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé et Guillaume Grillon</b>	
Les vins blancs doux et liquoreux du sud Gironde : la construction des réputations .....	131
<b>Stéphanie Lachaud-Martin</b>	
Building Reputation in Different Regulatory Environments: Bottled Mineral Water in 19 <sup>th</sup> Century Europe.....	149
<b>Nicolas Marty</b>	
Maintenir sa réputation. Le pain de la coopérative socialiste <i>Vooruit</i> de Gand (1880-1914).....	165
<b>Peter Scholliers</b>	

### **TROISIÈME PARTIE. AFFIRMER ET PRÉSERVER SA RÉPUTATION**

Introduction .....	183
Construire la renommée des produits navals français à la fin du XVII <sup>e</sup> siècle, une impossible quête ? .....	187
<b>Caroline Le Mao</b>	
La qualité des produits du nord au XVIII <sup>e</sup> siècle, réalité ou stratégie commerciale .....	203
<b>Pierrick Pourchasse</b>	
Un fromage particulier des Préalpes Orobiques, le gorgonzola, entre succès commercial, innovation et préservation d'une dénomination traditionnelle .....	217
<b>Claudio Besana</b>	
Gastronomie et tourisme à l'origine de l'invention et de la réputation d'un produit de luxe : le caviar d'Aquitaine (XX <sup>e</sup> -XXI <sup>e</sup> siècles) .....	237
<b>Corinne Marache</b>	
Conclusion générale .....	255
<b>Stefano Magagnoli et Philippe Meyzie</b>	
Bibliographie.....	261
Résumés.....	271
Abstracts.....	283
Auteurs .....	293
Contributors .....	299

## La Bourgogne, terre des vins de terroir : construction et ressources d'une réputation

---

Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé et Guillaume Grillon

**P**ARTANT DE LA DÉFINITION SOCIOLOGIQUE de la réputation donnée en introduction du présent livre comme une « représentation sociale partagée, provisoire et localisée, associée à un nom et issue d'évaluations sociales plus ou moins puissantes et formalisées »<sup>1</sup>, nous nous attachons ici à montrer comment s'est construite et a été remotivée la réputation, non de vins particuliers mais celle d'un territoire, celui de la Bourgogne dans l'esprit du public et des consommateurs, comme « berceau ou terre des vins de terroirs ».

C'est cette réputation au sens propre qui sous-tend l'inscription en 2015 des climats du vignoble des Côtes de Beaune et de Nuits comme paysage culturel au Patrimoine mondial de l'UNESCO, « déclinaison bourguignonne de la notion de terroir ». Ce processus a consacré celle d'un paysage qui représente par son morcellement, une multitude de lieux différents – les climats – dont la délimitation, les conditions atmosphériques qui y règnent, les sols, la pente, l'exposition des versants mais aussi les pratiques et les trajectoires historiques sont vus comme les déterminants de la diversité et de la hiérarchie des vins qui en sont issus. Avec ces climats s'est élaboré un récit qui a forgé une image ancrée dans la tradition séculaire, trop souvent mise en avant. Reconnus comme faisant partie du patrimoine mondial, ces climats représentent pour le reste du monde, le « modèle d'une viticulture de terroirs », de délimitations fines de produits de qualité dans une économie de production pérenne et résiliente sur plusieurs siècles, et ce, même pour d'autres productions que le vin<sup>2</sup>.

---

1 Pierre-Marie Chauvin, « La sociologie des réputations. Une définition en cinq questions », *Communications* (2013/2), n° 93, p. 131-145.

2 Isabelle Anatole-Gabriel (dir.), *La valeur patrimoniale des économies de terroir*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, 2016.

Pourtant ce n'est qu'à partir des années 1970 que la notion de « vin de terroir » en général perd sa connotation péjorative chez les amateurs et critiques de vins<sup>3</sup>. Et encore plus tard, dans les années 1990 et 2000, l'appréciation de la qualité croissante des vins de Bourgogne va se voir de plus en plus reliée à son terroir originel. Une campagne de promo-

tion des vins de Bourgogne du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne vers 1993 avait d'ailleurs pour slogan des « terroirs bénis des dieux »<sup>4</sup> (Figure 1).

Nous traiterons donc de l'évolution historique des notions qui sous-tendent cette réputation aussi naturellement associées aujourd'hui que « Bourgogne », « terroir » et « qualité des vins ». Mais de quoi parle-t-on ? Quelle qualité ? Quels terroirs ? Et quelle Bourgogne en effet ? La plus ancienne définition des « vins de Bourgogne », en 1416, par un édit de Charles VI, n'est pas fondée sur des considérations de terroirs, ni même sur la qualité des vins, mais sur les voies d'acheminement des tonneaux à Paris et sur les perceptions des péages et droits sur le commerce du vin. Un vin de Bourgogne est alors un vin qui a été chargé en amont du pont de Sens, sur l'Yonne, à une

centaine de kilomètres de la capitale. C'est une dénomination, avant tout fiscale et administrative du marché parisien, non celle des producteurs, et avec cinq crus reliés aux villes et qui sera encore en vigueur 1672 sous Louis XIV<sup>5</sup> (Figure 2).

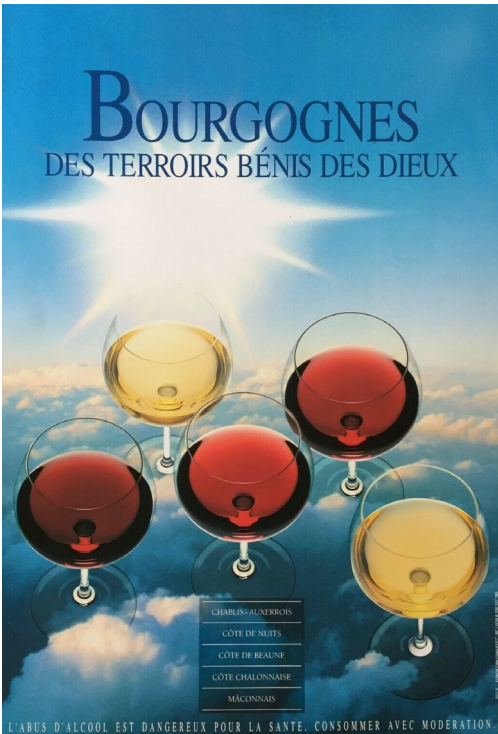


Figure 1 – Affiche de promotion des vins de Bourgogne. Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne, vers 1993.

3 Jean-Pierre Garcia, et Olivier Jacquet, « Le terroir du vin : trajectoire historique d'un objet multiforme en Bourgogne », dans Jean-Louis Yengué et Kilien Stengel (dir.), *Terroir viticole : espace et figures de qualité*, Tours, Presses universitaires François Rabelais, 2020, p. 43-69.

4 Jean-Robert Pitte, « Pour en finir avec le pseudo-terroir : les vrais facteurs de la qualité du vin », dans *Pratiques anciennes et genèse des paysages*, coord. André Humbert, Nancy, Centre d'études et de recherches sur les paysages de l'université de Nancy 2, 1997, p. 195-212.

5 M. Jourdan, M. Decrusy, François-André Isambert, *Recueil général des anciennes lois françaises depuis 420 jusqu'à la Révolution*, t. VIII 1415-1437, Paris, Belin-Leprieur, Plon, 1821-1833, p. 427 sq.

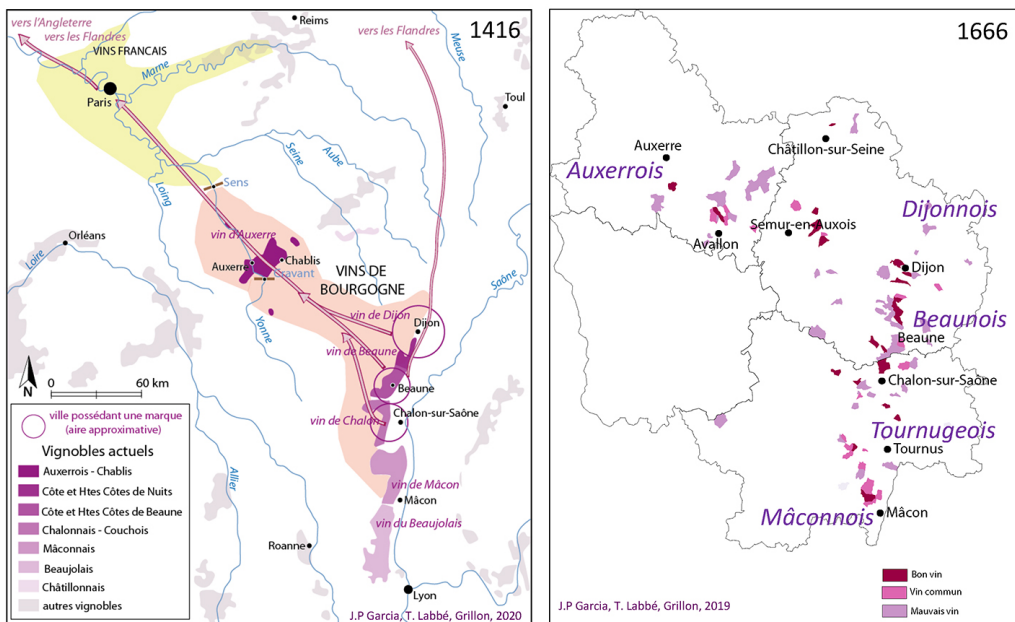


Figure 2 – Une des premières définitions de provenance des vins de Bourgogne en 1416 et la réputation des vins autour des principales villes de Bourgogne en 1666 dans l'enquête de l'intendant Bouchu.

Notre démarche a donc été celle d'une archéologie des couches successives qui ont constitué la réputation de la Bourgogne des vins et de ses terroirs depuis la fin du Moyen Âge ; tant le propre de cette réputation, depuis l'Époque moderne, est la création conjointe de pratiques vitivinicoles et de discours de promotion, qui justement gomment cette construction historique au profit d'une vision finaliste, téléologique et immuable. Nous insisterons en premier lieu sur le moment-pivot de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle et du début du XVIII<sup>e</sup> siècle, singulièrement les années 1730-1740, quand émerge et se diffuse la notion cardinale de « climat viticole » et la *relation du vin au lieu* comme identifiant de la qualité des vins de distinction, gage de leur réputation sur les marchés lointains.

On verra ensuite comment cette distinction par le climat, spécifique à la Bourgogne, a constitué une ressource de réputation à différentes époques, puis a été mise en synonymie avec la notion récente de terroir qui en est pourtant distincte, au point que la Bourgogne représente aujourd'hui « la terre des terroirs »<sup>6</sup>.

6 On trouvera l'exhaustivité des références utilisées pour cette démonstration dans les travaux antérieurs des auteurs cités dans la présente contribution.



## ■ L'émergence et la diffusion de la notion de climat (XVII<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle)

La référence de qualité par les climats à partir de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, qui passe par l'élection de lieux particuliers conférant aux vins des caractères particuliers, vient en rupture avec une référence déjà existante de qualité par le lieu : celle de la juridiction municipale, du cru et de la marque de la ville. Cette appellation distinctive prend forme dès le XIII<sup>e</sup> siècle avec le très célèbre « vin de Beaune », quand on référait les vins aux villes (vins de Dijon, d'Auxerre, de Mâcon etc.) dans le territoire de leur juridiction normative et commerciale. Ce fait est général dans le royaume : à Toulouse, au XIII<sup>e</sup> siècle, il était interdit de crier par les rues les lieux d'origine des vins proposés, si ce n'est celui de Toulouse de façon générique, afin d'en protéger et d'en faciliter le débit<sup>7</sup>. À Dijon à la fin du Moyen Âge, seuls 3 % des inventaires de biens mobiliers des habitants de Dijon comportent du vin référencé à un lieu précis : l'identification à la communauté l'emporte sur le particulier<sup>8</sup>. En outre, jusqu'à la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, dans le large territoire d'appellation de la « Montagne et des lieux circonvoisins », qui correspondait au vignoble entourant la ville, dont une partie de l'actuelle Côte-de-Nuits, le prix des vins diminuait avec l'éloignement à la ville de Dijon<sup>9</sup>. L'espace où s'exerce le pouvoir de la ville, où s'imposent pour le commerce la marque<sup>10</sup> – physique – et la jauge de la ville, fonde la hiérarchie symbolique de la production<sup>11</sup>.

7 René Limouzin-Lamothe, *La commune de Toulouse et les sources de son histoire (1120-1249). Étude historique et critique suivie de l'édition du cartulaire du consulat*, Toulouse, Édouard Privat-Paris, Henri Didier, 1932, n° XCIII, p. 438-439.

8 Jean-Pierre Garcia et Guilhem Ferrand, « Le vin dans la maison : ce que les inventaires après décès disent de la consommation du vin à Dijon de la fin du Moyen Âge à l'époque moderne », *Cahiers d'histoire de la vigne et du vin* 13 (2015), p. 23-4 ; Guilhem Ferrand et Jean-Pierre Garcia, « Le vin chez les gens à Dijon à la fin du Moyen Âge (1390-1588) : les mots et la chose », dans Sandrine Lavaud, Jean-Michel Chevet, Jean-Claude Hinnewinkel (dir.), *Vins et vignobles : les itinéraires de la qualité (Antiquité-XXI<sup>e</sup> siècle)*, Bordeaux, Vignes et Vin Publications Internationales, p. 29-47.

9 Thomas Labbé et Jean-Pierre Garcia, « Vers la géographie des climats actuels : processus de différenciation des crus viticoles dans le bailliage de Dijon du XVI<sup>e</sup> au XVIII<sup>e</sup> siècle », dans Jean-Pierre Garcia (dir.), *Les climats du vignoble de Bourgogne comme patrimoine mondial de l'humanité*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2011, p. 159-176.

10 Thomas Labbé, « La revendication d'un terroir viticole : la côte de Beaune à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle », *Histoire et Sociétés Rurales*, 35, 2011, p. 99-126 ; Thomas Labbé, « L'évolution des normes d'identification du vin en Bourgogne », dans Jean-Pierre Garcia (dir.), *La Marque et le Vin : vins de marques-marques des vins*, *Cahiers du Centre d'Histoire de la Vigne et du Vin*, 15, 2017, p. 34-41.

11 Il en est de même pour beaucoup d'autres produits élaborés et pouvant voyager loin, identifiés à une ville d'origine qui en promeut les qualités ; voir pour l'époque moderne : Philippe Meyzie, « Les cadeaux alimentaires dans le Sud-Ouest aquitain au XVIII<sup>e</sup> siècle : sociabilité, pouvoirs et gastronomie », *Histoire, économie & société*, 2006/1 (25<sup>e</sup> année), p. 33-50.

En rupture avec cet usage de fonder des lieux d'expression des vins sur l'aire d'influence juridique d'une communauté, la notion de climat vient concrétiser l'invention d'un nouvel espace de représentation de la qualité des vins, qui apparaît à l'époque comme une innovation pour des vins distingués, les « vins fins »<sup>12</sup> (Figure 3). Dans les textes de la pratique, et singulièrement en Bourgogne, c'est avec cette notion topographique de « climat », restreinte progressivement au vignoble, que l'on va associer les qualités particulières du vin aux qualités naturelles du lieu de sa production. Le climat justifie la délimitation physique des vignes, leur dénomination toponymique, et le discours porté sur les caractères propres du lieu, en termes naturalistes, viticoles, historiques ou esthétiques<sup>13</sup>. La notion de climat viticole émerge à la fin du XVII<sup>e</sup> siècle pour se généraliser à partir du XVIII<sup>e</sup> siècle dans les usages et le discours qui en fera une marque de qualité<sup>14</sup>.

C'est la noblesse de robe, les parlementaires et officiers du roi, parfois des bourgeois, particulièrement concentrés à Dijon et un peu moins à Beaune, qui reprennent le mot « climat », initialement peu défini et surtout agricole, pour l'employer de plus en plus dans un sens qui sera ensuite exclusivement viticole, dans le discours juridique et savant puis dans les normes commerciales qui seront celles des commissionnaires et du négoce au XVIII<sup>e</sup> siècle<sup>15</sup>. Ainsi, ces personnages enrichis promeuvent, surtout à partir du début du XVIII<sup>e</sup> siècle, des vins de cru, identifiés désormais aux climats qui les produisent (*Le Montrachet, La Romanée, Le Chambertin, le Corton* etc.) que le (bon) goût est censé percevoir. La dynamique s'engage en amont, entre la fin du XVI<sup>e</sup> et la première moitié du XVII<sup>e</sup> siècle, avec un important transfert de la propriété foncière

12 Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé, Guillaume Grillon, « La fabrique urbaine du terroir et des climats en Bourgogne (XVI<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècles) », dans Marguerite Figeac et Stéphanie Lachaud-Martin (dir.), *Ville et vin en France et en Europe du XV<sup>e</sup> siècle à nos jours*, La Crèche, La Geste – Presses universitaires de la Nouvelle Aquitaine, 2021, p. 144-163.

13 « ... Chenôve, premier village de la bonne côte où est le *clos du Roi* et quelques climats qui donnent de très bons vins ; s'ils sont gardés cinq ou six ans, ils deviennent comparables à ceux de Nuits » : Claude Courtépée, *Description générale et particulière du duché de Bourgogne*, Dijon, 1<sup>re</sup> édition chez Causse, 1775-1785.

14 Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé, Guilhem Ferrand., Marion Foucher, « La construction des climats viticoles en Bourgogne, la relation du vin au lieu au Moyen Âge », *L'Atelier du Centre de recherches historiques*, CRH, CNRS-EHESS, <http://acrh.revues.org/5979>. Jean-Pierre Garcia (dir.), *Les climats du vignoble de Bourgogne comme patrimoine mondial de l'humanité*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2011.

15 Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé, Guillaume Grillon, « Les climats viticoles en Bourgogne et ailleurs », dans *Rencontres du Clos-Vougeot 2018. Vignobles et vins singuliers : de l'unique au pluriel*, éd. Jocelyne Pérard et Claudine Wolikow, Dijon, Chaire UNESCO Culture et traditions du vin et Centre Georges Chevrier, 2019, p. 355-372.

viticole – notamment les clos – des communautés ecclésiastiques vers ces bourgeois et parlementaires, nouveaux acteurs et investisseurs du monde de la vigne et du vin.

C'est cette classe de propriétaires, et parfois de seigneurs, dans les proches campagnes des villes (Figure 4) qui manifeste de manière ostentatoire sa réussite économique et politique par l'architecture de ses riches hôtels particuliers mais aussi par le vin. Leurs vins sont justement, à partir des années 1680, qualifiés comme en Bordelais à la même époque, soit « de leur cru » mais aussi du cru du climat lui-même comme les « vins des crus de Baise et de Chambertin, finage de Gevrey », appellation qui apparaît pour la première fois sur le marché de Dijon en 1676, et à des prix nettement plus élevés que ceux des autres vins courants et connus, ceux de la ville<sup>16</sup>. Les motivations pour produire ces nouveaux types de vins sont avant tout le désir de distinction dans la sphère municipale locale à Dijon mais aussi dans la société élitaine de cour qui se met en place sous le règne de Louis XIV et dont la plupart de ces personnages font partie de par leurs fonctions et engagements auprès des grands du royaume et de l'État<sup>17</sup>.

Le climat devient aussi la norme de qualité pour de nouveaux intermédiaires du commerce des vins qui apparaissent à cette époque : les commissionnaires qui préfigurent les négociants des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles en Bourgogne ; activité à laquelle se convertit d'ailleurs cette noblesse de robe au XVIII<sup>e</sup> siècle.

En même temps, les climats sont promus pour leurs qualités viticoles découlant de leurs caractères naturels intrinsèques (sols, exposition, conditions météorologiques) dans les ouvrages savants ou littéraires qui paraissent à la même époque, visant à la description géographique de la région et des vins qu'elle produit. Les climats de Bèze et Chambertin sont inscrits dans la littérature par le poète dijonnais Bernard de la Monnoye dès 1700<sup>18</sup>. En 1728, Claude Arnoux, Beaunois d'origine, publie à Londres un ouvrage où il cite les premiers climats en les comparant les uns aux autres, les portant ainsi à la connaissance des négociants et des consommateurs anglais : « les Fèves, les Grèves, les enclos du Roy, les Cras, Champans à Volnay, Comaraine à Pommard », etc., tous ces climats maintenant bien connus des amateurs de vin de Bourgogne

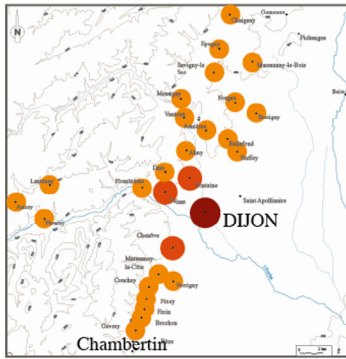
16 T. Labbé, « L'évolution des normes d'identification du vin en Bourgogne », *op. cit.*

17 Agnès Botté, « De la vigne à la cave en passant par le pressoir : le vin des officiers du roi à Dijon au XVII<sup>e</sup> siècle », *Cahiers d'histoire de la vigne et du vin*, 14, 2017, p. 65-76.

18 Bernard de la Monnoye, *Noël bourguignons de Gui Barozai*, Dijon, 1700 (IV<sup>e</sup> Noël).

modèle concentrique  
de la qualité par la ville

Année 1558 : modèle mi-XVI<sup>e</sup>s.



Garcia et Labbé, 2015

modèle de la qualité  
par les climats de « la bonne coste »

Année 1788 : modèle 1722-1788

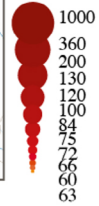
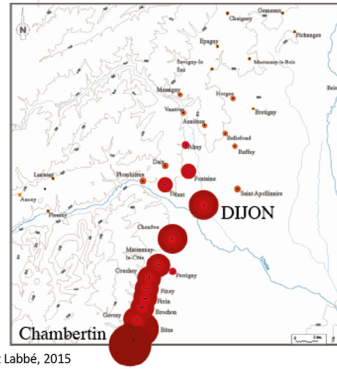


Figure 3 – L'évolution du modèle de référencement de la qualité des vins de Dijon et de Beaune par les prix du XVI<sup>e</sup> siècle au XVIII<sup>e</sup> siècle (prix de la queue de vin en livres).

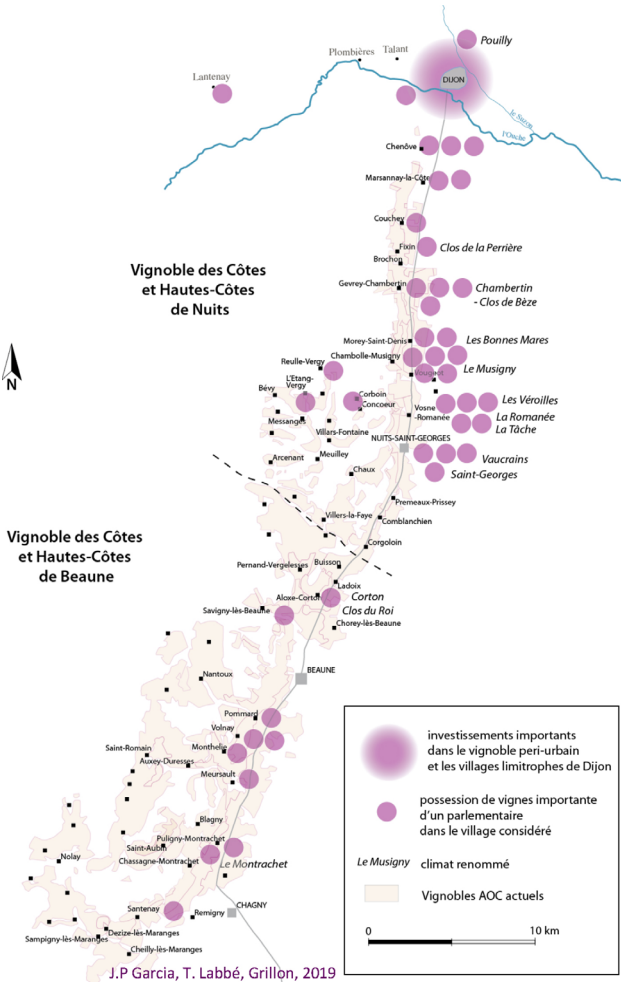


Figure 4 – Les climats investis et promus par les propriétaires, bourgeois et officiers royaux de Dijon aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles.



apparaissent sous sa plume<sup>19</sup>. De même, un mémoire de l'abbé Tainturier, Beaunois lui aussi, daté de 1763 diffuse la notion de climat autour de Beaune<sup>20</sup> et théorise la référence au sol : « Qui est-ce qui ignore encore qu'en certaines années il y a des climats où les vins réussissent mieux qu'en d'autres [...] je connais un climat éloigné de huit lieues de Beaune où il se trouve de ces cailloux semblables à la pierre à fusil ».

Ainsi, ce ne sont plus seulement des clos monastiques ou des propriétés domaniales qui sont mis en avant, mais des lieux nommés doués de qualités naturelles particulières qu'ils transmettent aux vins, et qui en justifient la diversité, la hiérarchie et la valeur supérieure. Ces climats assoient par la naturalité d'abord, mais aussi par leur ancienneté et par leur histoire, les références de la qualité. Ils se différencient à ce titre par des noms singuliers et nouveaux, à l'écart des villes et des villages : ainsi les Chambertin(s) ou Les Romanée(s).

Cette fabrique urbaine des climats et leur valorisation commerciale concernent surtout la ville capitale, Dijon, et la circonscription de son bailiage, mais non encore toute la province de Bourgogne. Les marques des villes d'Auxerre, de Chalon-sur-Saône et de Mâcon restent opérantes sur les marchés parisiens et de l'Europe du Nord, tout comme la distinction par les cépages : par exemple le chanay, en Mâconnais et Tournugeois, qui distingue encore au XVIII<sup>e</sup> siècle les vins fins de la région<sup>21</sup>. Au même titre, l'abandon volontaire et officiel de la marque de la ville pour Beaune devant la liberté du commerce prônée par les commissionnaires, eux-mêmes investis dans les instances municipales, et de plus en plus par le pouvoir royal, interviendra dans les années 1750. Nous posons qu'il s'agit là de la fondation cardinale de la réputation des vins de Bourgogne.

Cette référence nouvelle aux climats comme déterminants des vins fins, distingués, de luxe, est finalement une illustration bourguignonne de ce qui a été mis en avant par les historiens et géographes antérieurs comme la « révolution des boissons », ou encore « l'avènement de la qualité », la « naissance des grands vins »<sup>22</sup>. Elle est en effet synchrone de

19 Claude Arnoux, *Dissertation sur la situation de la Bourgogne, sur les vins qu'elle produit, sur la manière de cultiver les vignes, de faire le vin et de l'éprouver*, Londres, chez Samuel Jallasson, 1728 (fac-similé, Luzarches, 1978).

20 Abbé Tainturier, *Remarques sur la culture des vignes de Beaune et lieux circonvoisins*, 1763, rééd. Éd. de l'Armançon, 2000, p. 127 et p. 109.

21 Guillaume Grillon, « La redécouverte du chanay, un cépage caractéristique du Mâconnais, aujourd'hui oublié », *Cahiers d'Histoire de la Vigne et du Vin*, 16, 2018, p. 23-36.

22 Henri Enjalbert, « La naissance des grands vins et la formation du vignoble moderne de Bordeaux : 1647-1767 », dans Alain Huetz de Lemps, René Pijassou et Philippe Roudié (dir.), *Géographie historique des vignobles. Colloque de Bordeaux, 27-29 octobre 1977*, Paris, Éditions du CNRS, 1978, p. 59-87. Anne Wegener Sleeswijk, « Corruption, vice et vin.

la mise en place des deux autres normes de qualité des vins qui se font jour en France, c'est-à-dire le développement des vins d'assemblages parcellaires dans la décennie 1660 en Champagne et celui des vins de cru et du savoir-faire domanial à Bordeaux à partir des années 1650<sup>23</sup>, même si l'on peut contester l'idée d'une création ou d'une « révélation » *ex nihilo*, et sans héritages antérieurs, des crus bordelais à cette époque, ou encore l'absence de qualité pour les périodes antérieures<sup>24</sup>. Il s'agit surtout de la naissance des modes de représentation, d'une réputation de la qualité des vins, partagée du producteur au consommateur, que l'on doit considérer comme un construit social, à l'instar des autres critères de distinction de (bon) goût par les arts, l'architecture ou la gastronomie. C'est une mutation en profondeur de toute la société, de ses institutions et de son système de connaissances et d'expression qui imprimera sur le temps long, un grand changement<sup>25</sup> normatif, social et commercial de valorisation des vins et des vignobles en France et sur les marchés lointains de l'Europe du Nord.

La notion de « climat » que l'on voit émerger aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles diffère sensiblement de celle de « terroir » qui prévalait à la même époque et qui avait un sens beaucoup plus « paysan » et dévalorisé

---

Taxes sur la consommation et organisation d'un commerce de luxe aux Provinces-Unies (XVIII<sup>e</sup> siècle) », dans Natacha Coquery et Alain Bonnet (dir.), *Le commerce du luxe. Production, exposition et circulation des objets précieux du Moyen Âge à nos jours*, Paris, Mare & Martin, 2015, p. 139-147.

- 23 Marcel Lachiver, *Vins, vignes et vigneron. Histoire du vignoble français*, Paris, Fayard, 1988, p. 294 ; Benoît Musset, « Du "quartier" au "champagne" : pluralité et emboîtement des échelles de lieux en Champagne (1650-1820) », *Crescentis – Revue internationale d'histoire de la vigne et du vin* [En ligne], 1, Dossier thématique, *Le vin et le lieu*, coord. Jean-Pierre Garcia, 2018, URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/crescentis/index.php?id=147>. Sandrine Lavaud, « L'invention du cru en Bordelais. Du croît d'un lieu au vin de distinction (Moyen Âge-XVII<sup>e</sup> siècle) », *Crescentis – Revue internationale d'histoire de la vigne et du vin* [En ligne], 1, Dossier thématique, *Le vin et le lieu*, coord. Jean-Pierre Garcia, 2018, URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/crescentis/index.php?id=147>.
- 24 Sandrine Lavaud, « En amont de la Grande Guerre, une historiographie du vin de Bordeaux », dans Hubert Bonin (dir.), *Vins et alcools pendant la Première Guerre mondiale (1914-1919)*, Bordeaux, Éditions Féret, 2018, p. 29-40. Jean-Pierre Garcia, « Bordeaux-Bourgogne : l'émergence synchrone de deux normes de qualité des vins », dans Raphaël Schirmer (dir.), *Bordeaux et ses vignobles, un modèle de civilisation*, Bordeaux, Éditions Sud-Ouest, 2020, p. 320. Michel Figeac, « La noblesse bordelaise et la construction de la grande propriété viticole : une histoire en sang et or », dans Marguerite Figeac-Monthus et Stéphanie Lachaud (dir.), *La construction de la grande propriété viticole en France et en Europe du XVI<sup>e</sup> siècle à nos jours*, Bordeaux, Éditions Féret, 2015, p. 45-60. Stéphanie Lachaud, « La construction foncière du domaine viticole de Malle sous l'Ancien Régime », dans *La construction de la grande propriété viticole... op. cit.*, p. 61-76.
- 25 Concernant l'ampleur de ces changements, on pourrait invoquer un changement d'épistémè suivant Michel Foucault, *Les mots et les choses*, 1966.

dans le discours académique et littéraire<sup>26</sup>. On aura du mal à trouver le mot « terroir » dans les sources de la pratique et les documents juridiques pour qualifier les vins de distinction. À partir de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, seul le terme « climat » (voire « canton » ou « contrée ») caractérise les lieux précis d'origine des vins dont il est question dans ces textes. Le dictionnaire de Furetière (1690) donne pour le mot « climat » : « Le vulgaire appelle climat une terre différente de l'autre, soit par le changement des saisons, ou des qualités de la terre, ou même des peuples qui y habitent (...) »<sup>27</sup> et pour « terroir » : « terre considérée selon sa nature et ses qualités et par rapport à l'agriculture. (...) les peupliers demandent un terroir humide et marécageux ; la vigne un terroir sec pierreux et de roche ; le blé un terroir gras et fertile »<sup>28</sup>. Le rapprochement de ces deux définitions montre d'emblée le glissement du sens premier des mots. Le climat est tout un ensemble de conditions naturelles régnant sur un lieu déterminant les caractères des êtres vivants jusqu'aux mentalités des hommes qui l'habitent, et qui de ce fait, en retour, reflètent et caractérisent ce lieu et ses conditions particulières. Le terroir est en revanche une « terre » avant tout agricole, travaillée (là où aujourd'hui on dirait « sol »). Le terroir est aussi dans ce cas la capacité d'un territoire du ressort de la ville ou du village à nourrir et à enrichir ses habitants. On retrouve ainsi depuis la fin du Moyen Âge des produits spécifiques authentifiés par les marques des villes (par exemple la laine d'Issoudun, les œillets et violettes de Semur-en-Auxois, les roses de Provins<sup>29</sup>), garanties à la fois de la richesse du territoire de production de leur ressort et du savoir-faire de transformation de ces ressources en produit caractéristique.

C'est donc dans la définition du terme de « climat » que l'on retrouve les éléments que l'on considère aujourd'hui comme définatoires du « terroir » incluant le terrain, le sol, les conditions météorologiques (*i.e.* le climat au sens actuel), les coutumes et les savoir-faire. Ainsi climat et

26 Pour l'histoire de la notion de terroir à la même époque à partir des sources littéraires, artistiques et philosophiques : Thomas Parker, *Le goût du terroir. Histoire d'une idée française*, Tours, Rennes, Presses universitaires de Rennes et Presses universitaires François Rabelais, 2017. Voir aussi : Jean-Pierre Garcia, et Olivier Jacquet, « Le terroir du vin... », *op. cit.*

27 Furetière préfacé par Pierre Bayle (1690), *Dictionnaire universel contenant généralement tous les mots français, tant vieux que modernes, et les termes de toutes les sciences et des arts*, <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k50614b/f5.image.r=langFR>.

28 *Ibid.*

29 Voir la *Cosmographie universelle* de François de Belleforest de 1575 dans Thomas Labbé « La géographie viticole des humanistes français du XVI<sup>e</sup> siècle », *Crescentis – Revue internationale d'histoire de la vigne et du vin* [En ligne], 1, Dossier thématique, *Le vin et le lieu*, coord. Jean-Pierre Garcia, 2018, URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/crescentis/index.php?id=265>.

terroir ne sont pas synonymes et les acteurs qui les promeuvent ne sont pas les mêmes, au moment de leur mise en avant à l'Époque moderne pour qualifier les vins par leurs lieux d'origine. Ce n'est qu'à la fin du XX<sup>e</sup> siècle que les deux notions vont être confondues au prix de glissements de sens qui témoignent à la fois de la pérennité de cette ressource, de l'évolution de leur perception et de la remotivation des mots par un discours toujours renouvelé dans la représentation de la qualité et de la distinction des vins par le lieu.

### ■ Une ressource de valorisation et de réputation toujours mobilisable

Depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle jusqu'à présent, ce système de distinction et de hiérarchisation des vins de Bourgogne par le lieu a subi plusieurs mutations, plusieurs « remobilisations » pour aboutir à faire de la Bourgogne, la terre des vins de terroir. Ces remobilisations successives amènent à considérer ce système de réputation construit au XVIII<sup>e</sup> siècle non pas comme une identité culturelle immuable, mais comme une « ressource culturelle », au sens défini par François Jullien<sup>30</sup>, pour appuyer des représentations, des arguments de discours opératoires, partageables, hybridables, à l'opposé d'une conception enracinée d'une culture. Cette référence aux climats constitue une ressource sur le temps long où l'on a puisé du sens et des voies de valorisation ou de distinction, toujours différentes, au moment des crises ou des mutations des échanges commerciaux : crises fiscales et politiques du XVIII<sup>e</sup> siècle, libéralisation du commerce, crises du phylloxera et des fraudes à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, crises de mévente et de surproduction au début du XX<sup>e</sup> siècle, mondialisation des vins à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle. Elle a permis de donner du sens à la qualité après un réel effort de la vitiviniculture vers de nouvelles pratiques et de nouveaux vins motivés justement par ces moments de remise en question ; ou quand, plus radicalement, les autres systèmes de représentation de la qualité n'étaient plus opérants. Cette ressource a aussi été à l'origine de mythes folkloriques propres à la Bourgogne des vins. Nous en illustrerons trois moments.

### ● Une ressource de réputation pour d'autres régions viticoles en Bourgogne

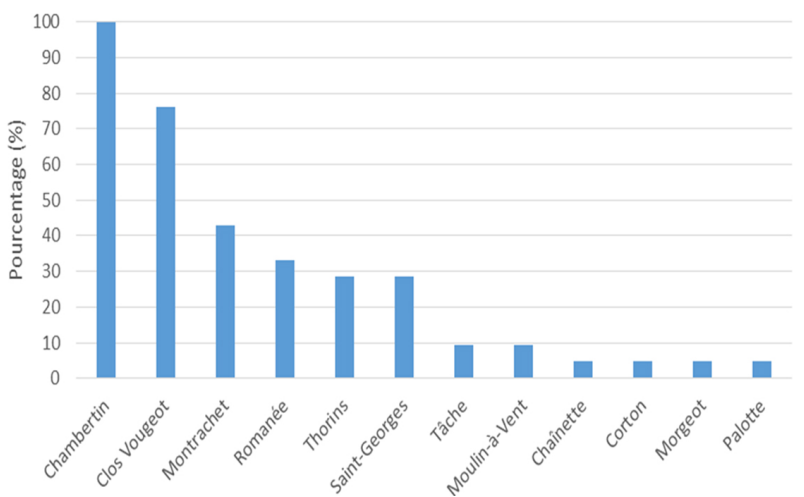
Au moment clé des années 1730-1740 où se généralise la réputation de certains vins de Bourgogne distingués par climats, ce n'est alors pourtant ni une généralité régionale – ceci ne concerne que l'actuelle Côte-d'Or étendue de Dijon au sud de Beaune – ni le seul système de valorisation

---

30 François Jullien, *Il n'y a pas d'identité culturelle*, Paris, Éditions de L'Herne, 2016.



entrepris, puisque l'on voit des distinctions par « cuvées » dans l'Auxerrois, ou par « classes » en Mâconnais, dans l'Yonne et même à Beaune à la même époque. À partir des années 1770 la « ressource » des climats de Côte-d'Or, valorisés donc plus précocement qu'ailleurs, a servi de modèle à ceux de l'Yonne, et ce jusqu'au cours du XIX<sup>e</sup> siècle (Figure 5).



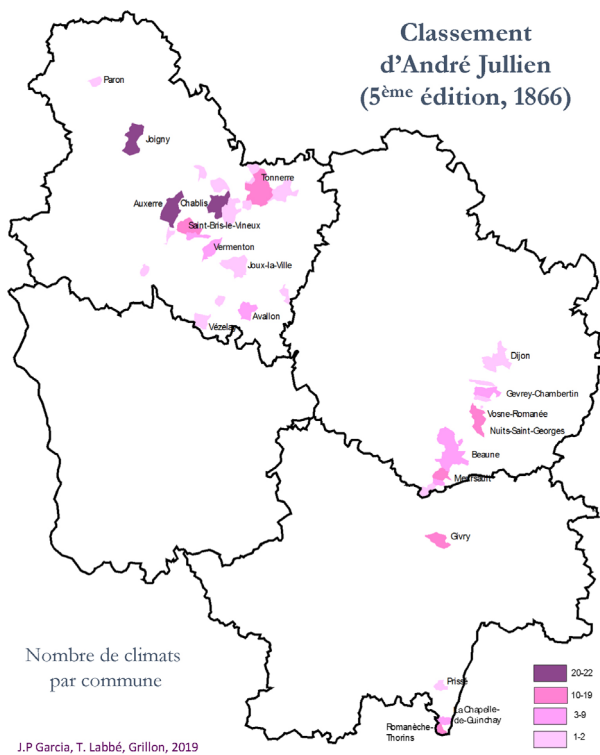
**Figure 5 – Les vins de climats servis à la carte de 21 restaurants parisiens d'après le *Guide des Buveurs* (1815) (pourcentage de restaurants qui offrent à leur carte chacun des climats mentionnés).**

J. P. Garcia, T. Labbé, G. Grillon, 2020.

La distinction des climats de l'Yonne et de l'Auxerrois et leur valorisation par le commerce interviennent alors que le marché facile et massif sur la place parisienne entre dans une crise profonde engendrée par la concurrence des vins d'Île-de-France et la libéralisation des échanges après 1770. Dans l'Yonne, les climats se concentrent autour d'Auxerre, de Tonnerre et d'Avallon. En revanche, Chablis, qui passe encore par le canal de distribution champenois à cette époque, ne participe pas encore à ce processus puisqu'il faut attendre 1816 et l'ouvrage d'André Jullien<sup>31</sup> pour y trouver des climats revendiqués, et un véritable rattachement culturel à la Bourgogne des vins. Ce sera le fondement des futurs grands crus chabliens. Il en est de même dans le Chalonnais qui met en avant des climats à partir de 1780 et le sud du Mâconnais où le négoce puise à cette source de valorisation pour promouvoir les climats de Thorins et de Moulin-à-Vent<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> André Jullien, *Topographie de tous les vignobles connus*, 1816.

<sup>32</sup> Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé, Guillaume Grillon, « Les climats viticoles en Bourgogne... », *op. cit.*



**Figure 6 – Nombre de climats revendiqués par commune d'après la cinquième édition du célèbre ouvrage d'André Jullien, *Topographie de tous les vignobles connus (...)*, Paris, 5<sup>e</sup> éd., 1866.**

Beaucoup de communes de l'Yonne et quelques-unes de Saône-et-Loire avaient développé au cours de la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle la référence de qualité par les climats sur le modèle de celui de la Côte-d'Or.

Dans le courant du XIX<sup>e</sup> siècle, les climats historiques de Côte-d'Or valorisés au XVIII<sup>e</sup> siècle subissent une éclipse notable sous l'influence des pratiques commerciales à grande échelle des maisons de négoce. Ce sont en effet surtout les marques du commerce qui sont mises en valeur. La marque de la maison de négoce porte alors la responsabilité devant l'acheteur de l'authenticité et de la qualité du vin, le nom du lieu (climat ou village) donnant seulement une valeur et caractérisant un certain type de vin, sans trop d'égards, dans l'élaboration en cave, à la provenance des raisins. Les climats sont des « porte-drapeaux »<sup>33</sup>, des produits porteurs de standards collectifs de qualité communément admis par le

<sup>33</sup> Selon l'expression de Christophe Lucand, dans « Les "climats" de Bourgogne, une inscription foncière de valeurs marchandes », dans Jean-Pierre Garcia (dir.), *Les climats du vignoble de Bourgogne comme patrimoine mondial de l'humanité*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2011, p. 177-185.

commerce et les acheteurs. Ce système de valorisation analogue à celui des maisons de Champagne qui élaborent des vins dans leurs caves à partir d'une matière première fournie par des producteurs de raisins, sans préoccupations de terroirs pour leurs approvisionnements et l'élaboration des vins. Même si les ouvrages de statistique départementale ou viticole recensent les climats et tentent d'expliquer scientifiquement leur hiérarchie<sup>34</sup>, ce sont à ce moment, dans la sphère commerciale, plus les *noms* de climats et leur antériorité historique, fonctionnant déjà comme des ressources de réputation, et moins leurs conditions naturelles particulières qui portent, comme une marque géographique, le plus de sens. Dans *Mémoire d'un touriste* en 1838<sup>35</sup>, Stendhal illustre cette gloire portée par les noms des climats :

Sans ses vins admirables, je trouverais que rien au monde n'est plus laid que cette fameuse Côte-d'Or. [...] La Côte-d'Or n'est donc qu'une petite montagne bien sèche et bien laide ; mais on distingue les vignes avec leurs petits piquets et à chaque instant on trouve un nom immortel : Chambertin, le Clos-Vougeot, Romanée, Saint-Georges, Nuits. À l'aide de tant de gloire, on finit par s'accoutumer à la Côte-d'Or.

Symptomatique aussi de la recherche de notoriété par le nom des climats historiques, la succession de demandes de modification des dénominations de nombreuses communes de la Côte viticole par accollement de leur climat le plus réputé se met en place depuis Gevrey-(Chambertin, 1847), Puligny et Chassagne-(Montrachet, 1878) jusqu'à Pernand-Vergelesses (1922).

À côté de ses vins de marque et de maisons de négoce, on voit aussi à cette époque la mise en avant de vins de marque de propriétés domaniales qui empruntent beaucoup de traits nobiliaires aux châteaux bordelais, devenus le modèle de référence de qualité<sup>36</sup> et alors en pleine expansion numérique<sup>37</sup> : château de Meursault, château de

34 Jules Lavalley, *Histoire et statistique de la vigne et des grands vins de la Côte d'Or*, Dijon, Picard lib., 1855, réédition Phenix éd., Ivry-sur-Seine, 2000 ; Denis Morelot, *La vigne et le vin en Côte-d'Or*, Dijon, Lagier éd., ré-impr., Dijon, Ed. Cléa, 2008.

35 Stendhal, *Mémoires d'un touriste*, Coeuvres-et-Valsery, éd. Ressouvenances, 1999, p. 77.

36 Michel Figeac, « La noblesse bordelaise... », *op. cit.*

37 Philippe Roudié, « "Bel air" ou "Bellevue", "Latour" ou "Beauséjour" ? Quels noms pour les "châteaux" du Bordelais et du Bergeracois ? », dans *Le vin à travers les âges – Produit de qualité, agent économique*, Bordeaux, CERHIR, éditions Féret, 2001, p. 61-78 et Philippe Roudié, « Vous avez dit château ? Essai sur le succès sémantique issu du Bordelais », *Annales de Géographie*, 109, 2000, p. 415-425.

Corton-André, château de Pommard entre autres, et bien évidemment le château de Vougeot et son clos alors monopole de la famille Ouvrard<sup>38</sup>.

### ● Une ressource de réputation dans le cadre des Appellations d'Origine en Bourgogne

La loi de 1919 sur les Appellations d'Origine est un autre moment de remobilisation de la ressource des climats. La loi motivée par les fraudes qui ont affecté les vins à partir de la crise du phylloxéra<sup>39</sup> ne fait pas appel proprement à la notion de terroir, mais promeut à nouveau le lieu pour l'authentification par l'origine de la qualité des vins au titre des usages « locaux, loyaux et constants ». Naturellement sont alors mis en avant des lieux d'origine : des villages (les appellations communales), échelle de regroupement des revendications des vignerons qui peuvent s'assembler en syndicats depuis la loi de 1884, et à côté de ceux-ci, des lieux anciens et autonomes, pourvus d'une histoire déjà longue ; ce sont les climats historiques souvent en monopoles et défendus par le Syndicat Général de la Défense des Producteurs de Vins Fins de la Côte-d'Or ; ce sont pour beaucoup les futurs grands crus et premiers crus. On voit donc après 1919 les jugements s'égrener avec la délimitation du Montrachet (1921), du Richebourg (1924), du Musigny (1936), du Chambertin (1937) et du Clos de Tart (1939) notamment. Dans la ressource de réputation à laquelle on fait appel alors, c'est cette fois l'ancienneté des usages que l'on convoque<sup>40</sup>. Cela conduit au développement d'un folklore vineux, justifiant un discours promotionnel puisant dans le creuset de traditions moyenâgeuses reconstruites, faisant appel aux moines cisterciens, aux ducs de Bourgogne et autres grands personnages de l'histoire<sup>41</sup>. C'est dans les mêmes années que se développe dans la sphère artistique la mise en avant de la figure du vigneron traditionnel, personnage-type et générique de la vigne et du vin de Bourgogne, que le théâtre et la troupe de Jacques Copeaux installé à Pernand-Vergelesses popularisera sous la figure de « Jean Bourguignon »<sup>42</sup>. S'ajoutent à ce cortège de discours, les

38 Jean-François Bazin, *Le dictionnaire universel du vin de Bourgogne*, Besançon, Pontarlier, Dijon, Presses du Belvédère, 2010, p. 194-202.

39 Olivier Jacquet, *Un siècle de construction du vignoble bourguignon : les organisations vitivini-cales de 1884 aux AOC*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, 2008.

40 Les dates des fondations anciennes, que l'on commence à trouver alors ajoutées à la marque de la maison de négoce (« Maison fondée en... »), sont une autre manifestation de la recherche de légitimité historique.

41 Gilles Laferté, *La Bourgogne et ses vins : image d'origine contrôlée*, Paris, Belin, coll. « Socio-Histoire », 2006.

42 Vincent Chambarlhac, « "Une inquiétante étrangeté" : Les Copiaus et l'espace scénique du vin autour de 1925 », *Crescentis – Revue internationale d'histoire de la vigne et du vin* [En

écrits des savants et des écrivains ruralistes toujours prompts à faire référence à la tradition et aux conditions du milieu remontant aux temps les plus anciens, dont Gaston Roupnel, écrivain et professeur à l'université de Dijon est le représentant premier.

À ce moment, la loi Capus de 1927 qui veut donner substance à la simple indication de provenance qui devient vite insuffisante dans l'appellation d'origine, remet indirectement en avant la notion de terroir : elle fait valoir pour les appellations d'origine la primauté des « cépages et de l'aire de production consacrés par des usages locaux, loyaux et constants ». Cette loi importante ouvre la voie à la délimitation parcellaire des appellations « dite alors délimitation de terroir » au sein des communes, la liste des terroirs (sol, climat, exposition) constituant l'aire de production : « la référence au terroir a pris le pas sur la simple indication de provenance »<sup>43</sup>. C'est une notion de terroir large, adjointe au cépage, qui a prévalu par exemple dans les discussions préliminaires à la délimitation de la « Bourgogne viticole », en établissant officiellement une équivalence entre cépage pinot sur sols calcaires (Bourgogne) et cépage gamay sur sols granitiques (Beaujolais). Ensuite, les appellations d'origine, et les appellations d'origine contrôlées à partir de 1935, du fait même de leur mode de délimitation pourront être assimilées à des terroirs – du moins dans la l'acceptation de la notion à l'époque, empreinte de la conception de Vidal de la Blache<sup>44</sup> – où l'expertise géographique et géologique prend de plus en plus d'importance. Les climats historiques connus, nommés et délimités par les usages depuis plusieurs siècles entrent facilement dans la définition du terroir (appellation) de l'époque, favorisant l'assimilation entre les deux notions.

● **Une ressource avec le renouveau de la notion de terroir (1970-2000) : les climats, ce sont des terroirs**

Le dernier moment d'appel à la ressource des climats viticoles est précisément celui du renouveau de la notion de terroir, en opposition au modèle agro-industriel des années 1960. C'est en effet seulement à

ligne], 1, Dossier thématique, *Le vin et le lieu*, coord. Jean-Pierre Garcia, 2018, URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/crescentis/index.php?id=347>, p. 95-96.

43 Claudine Wolikow, « De *territoires* en terroirs du vin : le casse-tête législatif des appellations d'origine (1905-1935) », *Crescentis – Revue internationale d'histoire de la vigne et du vin* [En ligne], 1, Dossier thématique, *Le vin et le lieu*, coord. Jean-Pierre Garcia, 2018, URL: <http://preo.u-bourgogne.fr/crescentis/index.php?id=277>.

44 Raphaël Schirmer, « Le géographe et l'expertise dans le domaine des vins », dans Serge Wolikow et Olivier Jacquet (dir.), *Territoires et terroirs du vin du XVIII<sup>e</sup> au XXI<sup>e</sup> siècle. Approche internationale d'une construction historique*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, p. 91-108.

partir des années 1960 que le terme de terroir commence à apparaître dans les bulletins de l'INAO, à la suite de l'arrangement de Lisbonne de 1958 qui protège l'appellation d'origine comme « dénomination géographique d'un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains ». C'est aussi dans le contexte de la discussion des traités internationaux que la notion de terroir sera définie à partir des années 1990, pour aboutir à la définition officielle tranchée par l'Organisation Internationale du Vin en 2010<sup>45</sup>. Contrairement aux générations précédentes, pour lesquelles le « goût de terroir » revêtait une valeur péjorative associée à des vins grossiers sentant la terre, par opposition aux vins « francs » non touchés par ce défaut, les critiques et amateurs de vins de la fin des années 1960 se démarquent en créant un nouveau discours dans lequel la notion de « goût de terroir » devient méliorative. La *Revue du vin de France* publie pour la première fois en 1971 un article expliquant cette notion aux lecteurs, et comment le terroir c'est « le sol, le climat, la biosphère ». En Bourgogne, dans la pratique de la commercialisation des vins, la notion n'est alors pas particulièrement valorisée, même au profit des crus ou des « grands vins ». De même, peu de climats sont revendiqués en dehors des appellations grands crus et premiers crus, tant que le négoce contrôle le marché et la filière, c'est-à-dire jusqu'aux années 1970. C'est à partir de ce moment que la notion de terroir est remise en avant à la faveur du développement de la vente directe en bouteilles à la propriété, de la remise en question du modèle productiviste, et dans le contexte de la mondialisation de la notoriété des vins<sup>46</sup>. Ce processus devient complètement opérant à la fin des années 1990 avec l'appropriation de la notion de terroir par l'ensemble de la chaîne de production qui va du vigneron jusqu'au marketing et aux consommateurs, à la recherche de lieux originaux préservés où les signes de qualité des vins (« bio », bonnes pratiques, préservation du paysage) sont garantis et préservés par des acteurs authentiques ; en bref, par l'ensemble de la filière vitivinicole en quête d'un modèle unique de valorisation de la Bourgogne viticole. Avec cette étape récente, ce sont les volets naturaliste et historique de la réputation

---

45 « Le "terroir" vitivinicole est un concept qui se réfère à un espace sur lequel se développe un savoir collectif des interactions entre un milieu physique et biologique identifiable et les pratiques vitivinicoles appliquées, qui confèrent des caractéristiques distinctives aux produits originaires de cet espace ».

46 Voir analyses et références dans Jean-Pierre Garcia, et Olivier Jacquet, « Le terroir du vin : ... », *op. cit.*



des climats qui sont valorisés dans cette nouvelle acception du terroir en Bourgogne. Finalement c’est la consécration du processus de patrimonialisation des climats lancé en 2008, abouti en 2015, qui est venue fixer dans un « paysage culturel » la mosaïque des terroirs viticoles des Côtes de Nuits et de Beaune, et ancrer l’image de la Bourgogne comme « terre des terroirs ». C’est à cette source de réputation que d’autres régions viticoles (Figures 7 et 8) puisent actuellement pour capter une part de réputation qualitative par les éléments constitutifs des terroirs et climats bourguignons (cépages, sols, délimitations fines).

Figure 7 – Exemple de valorisation qualitative des vins du Beaujolais par les climats/terroirs sur le modèle bourguignon.

Figure 8 – Exemple de valorisation d’une région viticole (Trentino) par identification à la Bourgogne : dégustation des vins en relation avec les sols, cépage unique et identitaire (Rencontre Bourgogne-Trentino, mai 2019).

## ■ Conclusion : le terroir c'est la Bourgogne

La « Bourgogne », dont le nom est associé à l'image d'une terre des vins de terroirs, est bien une réputation en tant que représentation sociale partagée par tous les acteurs du territoire, de la production jusqu'aux consommateurs, à l'échelle globale. Elle se fixe quand tous partagent une représentation commune, issue de l'élaboration d'un discours sur la région, sur ses vigneronns, sur ses vins, à travers leur dégustation ou l'appréciation du paysage<sup>47</sup>.

Le modèle de valorisation des climats qui émerge au XVIII<sup>e</sup> siècle constitue la ressource culturelle première de cette réputation, remobilisée à différentes époques, et au prix d'un glissement de sens et d'un entrelacement entre les notions de climat et de terroir. Ces deux mots, qui expriment à l'origine deux manières différentes de considérer la qualité des vins par le lieu de leur production, en sont venues à être intégralement confondues au XX<sup>e</sup> siècle.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, *nomen est numen* : ce sont les *noms* des climats historiques, en tant que porteurs de l'essence de la réputation des produits, qui sont portés en avant. Au moment de la mise en place du système des appellations d'origine, c'est, en vertu des usages « constants » à la base de la doctrine, c'est plutôt la *tradition historique* qu'ils renferment que l'on valorise, en parallèle des conditions naturelles de relief et de sol qui sont mobilisées dans la définition des aires de production. Avec la remise au jour de la notion de terroir à la fin du XX<sup>e</sup> siècle, c'est enfin la *naturalité* qui fait sens en premier, en incorporant les nouvelles connaissances apportées par la science et les nouvelles qualités recherchées dans les vins : culture biologique, respect des sols et des paysages.

La ressource de discours créée au XVIII<sup>e</sup> siècle est toujours active, remobilisable, remotivable à certains moments critiques au long de l'évolution de la qualité des vins de Bourgogne ou chez des acteurs qui constituent la chaîne de la production jusqu'à la consommation. C'est la disponibilité et la permanence de ces ressources culturelles qui fait aux yeux du monde, et encore plus avec l'inscription au patrimoine mondial, que la Bourgogne est devenue, « la terre des terroirs », le lieu où l'on a créé avec son discours la notion de terroir, celui des viticultures finement et qualitativement délimitées.

---

47 Le succès du film *Mondovino* de Jonathan Nossiter sorti en 2003 a participé à la fixation de cette image.

## Réputation et marché

*Produits, origines et marques : perspectives historiques*

Stefano Magagnoli, Philippe Meyzie (dir.)

**Disponible en version Livre broché**

sur le site des Presses universitaires du Septentrion

Livre broché - ISBN 978-2-7574-3560-1 : 25 €

Lot papier + numérique - ISBN 978-2-7574-3584-7 : 28 €

**Retrouvez-nous**

sur [www.septentrion.com](http://www.septentrion.com)

sur notre [page Facebook](#)

et sur [Twitter](#)



**Ouvrage composé par**

Jonas Mazot

**Ouvrage réalisé avec**

La chaîne d'édition XML-TEI Métopes  
Méthodes et outils pour l'édition structurée

*avec la/les police(s) : Myriad Pro*

**Dépôt légal**

février 2022

**2 086<sup>e</sup> volume édité par**

les Presses universitaires du Septentrion  
59654 Villeneuve d'Ascq – France