



HAL
open science

Le luxe des grands crus et les élites transnationales à Hong Kong

Boris Pétric

► **To cite this version:**

Boris Pétric. Le luxe des grands crus et les élites transnationales à Hong Kong. Communications [EHESS], 2022, L'état du luxe, 2 (111), pp.47-60. hal-03910226

HAL Id: hal-03910226

<https://hal.science/hal-03910226v1>

Submitted on 21 Dec 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.

LE LUXE DES GRANDS CRUS ET LES ÉLITES TRANSNATIONALES À HONGKONG

Depuis les années 2000, le vin connaît une nouvelle étape de diffusion planétaire avec un engouement sans précédent venu de Chine¹. Ce nouveau « désir de vin »² est associé à l’imaginaire du luxe et engendre un déplacement massif du marché de consommation vers la Chine³. Certains observateurs voient dans cette attraction pour les objets de luxe une preuve supplémentaire de la diffusion du capitalisme en Chine et la lente construction d’un monde commun. Pourtant, cette « vie sociale »⁴ inattendue des grands crus français s’avère difficile à décrypter, car la Chine populaire demeure bien un régime communiste, malgré l’incorporation de ces marchandises dans son univers social⁵. Je mène depuis 2012 une enquête ethnographique multi-située au sein de ce monde des grands vins⁶. C’est un univers socio-économique qui, loin de constituer un marché impersonnel, se construit au cours de sociabilités concrètes. Je n’ai eu de cesse de circuler entre la France (Paris, Bordeaux et la Bourgogne), Hongkong et la Chine pour observer et chercher à comprendre comment ces élites tentent de construire un monde commun tout en appartenant à des univers politico-sociaux radicalement différents. Foires, salons, dîners de gala, dégustations, ventes aux enchères, soirées privées sont des moments constitutifs de ce monde social transnational étrange. Je vais plus particulièrement m’intéresser dans cet article au rôle joué par la commanderie du Bontemps⁷, une organisation liée à la promotion des grands crus bordelais dans la constitution de ces sociabilités transnationales.

Cette confrérie a été créée en 1949 pour relancer les vins de Bordeaux à la sortie de la deuxième guerre mondiale. Elle puise son inspiration dans un mélange de rituels de l’ordre des templiers, de loges maçonniques tout en se revendiquant d’ordres religieux ayant existé au **Moyen-Age** et en se présentant comme une organisation défendant une bourgeoisie de propriétaires et négociants investie aujourd’hui dans l’économie capitaliste. La construction d’un appareil **qui fait** référence au passé cherche **d’abord** à souligner son ancrage dans le temps et affirmer, **par là, la** pérennité d’un monde social conservateur⁸.

La commanderie est néanmoins une création relativement **récente**. **Elle** vise avant tout à faire la promotion de marchandises dans une économie de plus en plus mondialisée au service d’une élite **transnationale**, qui a considérablement évolué dans sa composition et **ses** modes

d'appartenance. Elle organise régulièrement des événements à Bordeaux et de plus **en plus** à l'étranger **dans le but d'**entretenir les liens avec ses membres. Depuis le début des années 2000, la commanderie est particulièrement active à Hongkong pour accompagner l'attraction des nouvelles fortunes chinoises pour les grands crus⁹. **J'ai pu participer à de très nombreux événements au cours de ces huit années d'études, qui m'ont permis d'observer toute une série d'interactions qui donnent à voir des conduites sociales récurrentes.**

Pour la dernière journée de Vinexpo Hongkong en 2016, je rejoins l'hôtel du Grand Hyatt pour assister à un dîner de gala donné par la commanderie des vins du Bontemps. Cette confrérie a pour objectif de défendre la notoriété des vins de la rive gauche (médoc, graves Barsac et Sauternes) de la Garonne et de la Gironde où se situent la plupart des grands crus de Bordeaux. Ce grand rituel, qui se déroule en marge du Salon Vinexpo, joue un rôle déterminant dans la socialisation avec la nouvelle clientèle chinoise. Il existe aujourd'hui plus de soixante-dix commanderies dans le monde, essentiellement en Europe, en Amérique du Nord et depuis peu en Asie. La commanderie du Bontemps compte ainsi plusieurs dizaines de milliers de membres par le monde qui contribuent ainsi au prestige et à la notoriété de ses grands crus. L'intronisation de nouveaux membres, à l'occasion de telles cérémonies, permet à la fois d'entretenir les liens **existants** et de développer et enrichir les réseaux socio-économiques.

J'ai rendez-vous avec Emmanuel Cruse, propriétaire du Château d'Issan et grand maître de la commanderie. Il me reçoit dans un vestibule de l'hôtel où il se prépare avec les autres membres de la commanderie qui ont fait le déplacement. Dans une ambiance détendue, une dizaine de personnes s'aident mutuellement à revêtir leur robe de velours bordeaux, ornée de la fibule symbole de leur confrérie. Ils ajustent leur coiffe aux accents médiévaux, car dans quelques instants, ils seront en procession pour rejoindre leurs invités. Le grand maître m'accorde un moment pour m'expliquer leur démarche : « Notre confrérie représente, célèbre et défend le vin, mais veut surtout incarner des valeurs associées à l'amitié, la gaieté et la fidélité à notre terroir. »

Ce type de confréries est une invention d'une tradition moderne qui puise dans des références médiévales et s'inspire largement de celle des chevaliers du Tastevin de Bourgogne¹⁰. Elles se sont multipliées en France pour défendre des appellations viticoles mais aussi de nombreux produits alimentaires (truffe, fromage, etc.) comme support de commercialisation.

Cruse dirige la confrérie depuis 2008 et a succédé à André et Jean-Michel Cazes, membres d'une famille incontournable dans l'histoire de la gouvernance viticole bordelaise¹¹. Emmanuel Cruse insiste sur leur implication auprès de leur clientèle étrangère : « Nous voyageons beaucoup toute l'année pour organiser ce type de soirée et nous attachons beaucoup d'importance à notre relation avec nos clients qui deviennent souvent des amis. Comme vous allez le voir ce soir, 80% des convives sont des étrangers et nous avons compris assez vite qu'il fallait aller au plus près de notre clientèle. Il était important de déplacer Vinexpo en 1998 et la confrérie a suivi. Le monde chinois est attiré par le luxe à la française que nous nous devons d'incarner dans ce type de soirée. »

Ces fêtes incarnent une capacité collective de se fédérer pour s'inscrire dans un marché mondial en s'adaptant aux changements du profil des consommateurs. Elles ont pour objectif de rassembler les producteurs et négociants bordelais avec leur clientèle « haut de gamme » et un tissu d'intermédiaires et de prescripteurs (journalistes, écrivains, acteurs du monde de l'art et de la culture) pouvant relayer la notoriété de leurs vins. Dès leur création, ces fêtes ont comporté une dimension internationale avec l'incorporation d'une clientèle européenne et américaine. La composition de la confrérie s'est considérablement renouvelée sous l'effet d'une double nécessité :

- intégrer de plus en plus une clientèle venant de pays comme la Chine dans les manifestations locales ;
 - organiser des événements à l'étranger pour tisser des liens avec une nouvelle clientèle résidant dans de grandes mégapoles comme Hongkong où se côtoient nouveaux riches chinois et résidents occidentaux impliqués dans l'économie mondiale.

Cette soirée de gala fonctionne sur invitation par l'entremise d'un des trois-cent-cinquante membres de la commanderie. Pour l'occasion, ces derniers ont dû acheter une ou plusieurs tables au tarif de 1000 euros par personne pour participer à la soirée.

La première partie se tient au piano-bar de l'hôtel où un orchestre de jazz joue une musique d'ambiance. Petit à petit, les invités arrivent et présentent leur carton d'invitation à une table d'hôtes filtrant les entrées. Les membres de la commanderie se mélangent à des hommes habillés en smoking et des femmes en robe de soirée. La foule se densifie peu à peu et des discussions informelles naissent au sein de petits groupes à qui on sert l'apéritif. On entend parler français, mais surtout anglais. Des hommes à la chevelure souvent grisonnante s'avancent et font le baisemain à des femmes en robe de soirée. D'autres font connaissances

et échangent leur carte de visite à l'asiatique en la présentant des deux mains tout en se courbant légèrement vers la personne en signe de respect.

Je rencontre Hubert Debouard le propriétaire de Château Angélu qui présentait son nouveau millésime cet après-midi sur le salon. Il est en outre l'équivalent d'Emmanuel Cruse pour la confrérie de la Jurade de Saint-Émilion. Le grand Jura me demande mon avis sur la soirée donnée la veille par la Jurade, puis m'explique : « C'est intéressant pour un anthropologue de voir ces rituels. A côté des médocains et de la confrérie du Bontemps on est des petits. Hier, vous avez pu voir l'importance du marché chinois. Nous avons intronisé notre chancelier en Chine ; en intronisant ces nouveaux membres c'est un honneur que l'on souhaite leur rendre... ils sont des transmetteurs d'image. Avant, nous ne nous déplaçons pas autant. C'est la troisième fois que la Jurade est à Hong Kong... mais nos amis les médocains étaient là bien avant nous ! »

Il faut un œil averti pour décrire les participants et les enjeux de ces échanges sociaux. Je retrouve un habitué qui m'aide à décrypter ce petit monde. Il m'indique discrètement une femme quadragénaire, comme étant une « acheteuse », qui fournit en grand cru les « business class » d'une grande compagnie aérienne asiatique. Il me montre ce Chinois, qui alimente une chaîne d'hôtels-restaurants à Shanghai et Pékin. Je reconnais parmi la foule les plus grands critiques de vin, tels Michel Bettane, Jancis Robinson ou Jannie Cho Lee, qui travaillent pour les grands médias spécialisés. Je croise aussi certains œnologues de renommée internationale, comme Michel Roland.

Après quelques verres, l'ambiance est joviale. Un vieux routier de ce monde me confie : « C'est un moment important qu'il ne faut pas manquer. Tu vois, l'ambiance est feutrée, ça rigole et tout le monde se tape sur l'épaule, mais en fait tout le monde s'observe discrètement. C'est un monde impitoyable où il y a beaucoup d'intérêts et de rivalités. Ils sont tous là pour entretenir leurs affaires avant tout. »

Ces événements deviennent un moment de partage où ces personnes, venant d'horizons sociaux différents, mettent en œuvre des codes de distinction sociale. Ce vigneron m'aide à décoder une différence importante : « tu vas vite distinguer les élites hongkongaises avec leur style British que tu ne dois pas confondre avec les nouveaux riches chinois que l'on reconnaît souvent aux couleurs criardes de leurs tenues. Pour la plupart, ils ne parlent pas anglais et c'est toujours difficile de savoir ce qu'ils font exactement en Chine. C'est eux qui deviennent nos plus gros acheteurs ».

Dans un premier temps, ces nouveaux riches chinois achètent ces vins de luxe pour les incorporer à leur logique sociale. En Chine, faire des cadeaux (*liwu*) est un acte social

incontournable dans les affaires pour entretenir son réseau social (*guanxi*). Le vin s'insère alors dans un système d'objets qui alimente des dons et contre-dons organisant la compétition sociale. L'émergence du luxe, qui signifie « déplacement » (Baudrillard, 1878)¹², exprime alors un processus de déplacement de la compétition sociale en Chine. Certains grands vins français comme le Château Lafite 1982 (*lafei*), acquièrent une notoriété légendaire. Un grand cru bordelais est considéré comme un objet de luxe que l'on peut exposer ensuite sur un meuble à la maison ou au bureau sans nécessairement le boire¹³.

Cette logique du cadeau sera à l'origine d'un engouement sans précédent pour le vin perçu comme un objet de luxe. Les plus grandes bouteilles intègrent une liste de cadeaux prestigieux que les Chinois s'échangent. Ces cadeaux sont des formes de don et contre don qui viennent huiler les rapports sociaux (Yan, 1996)¹⁴. Dans le système communiste (Dickinson, 2003)¹⁵, le statut social est précaire et soumis à l'arbitraire du régime. Ni la justice ni le droit ne peuvent garantir la propriété et la fortune et le *guanxi* est un moyen de se prémunir contre les éventuelles difficultés. Ces cadeaux alimentent la logique clientéliste qui traverse la société chinoise, où les citoyens sont obsédés par l'idée de renforcer leur *guanxi*. Cette économie du cadeau (*liwu*) repose sur une logique inflationniste, où il faut constamment se distinguer par des objets toujours plus chers, toujours plus rares. Un de ces hommes d'affaires chinois m'explique, « maintenant, c'est démodé d'offrir un *Lafei* (Château Lafite Rothschild), c'est presque vulgaire. Offrir une DRC (Romanée conti) ou, encore mieux, un Henri Mayer est un témoignage de bon goût ». Ces objets circulent en fonction d'une « mode changeante », où il faut sans cesse se renouveler. Ils donnent un caractère très inflationniste à cette consommation d'objets de luxe et une opportunité à l'industrie du luxe de proposer toujours des nouveautés.

Depuis l'arrivée de Xi Jinping au pouvoir (2012), ces marchandises occupent une place ambivalente dans la réalité chinoise. Elles continuent à être l'objet d'un désir tout en étant le symbole d'une transformation sociale qui contredit le discours égalitaire des membres du Parti. En ouvrant la société chinoise à d'autres marchandises, le pouvoir politique perd le monopole de la distinction. La valeur des produits chinois, les médailles, les titres ou les privilèges que l'État distribue, sont réévalués à l'aune de l'insertion de tous ces objets de luxe et des sociabilités qui vont avec. Dans le discours idéologique, l'accès à ces marchandises de luxe permet dans un premier temps de mettre en valeur un système social qui permet des ascensions fulgurantes. C'est aussi une manière de montrer que les citoyens chinois peuvent désormais avoir accès à ces marchandises tant désirées. L'incorporation de ces marchandises « exotiques » ne modifie pas les règles du jeu propre au système social chinois. Rapidement,

l'émergence d'une classe de nouveaux riches place les bureaucrates dans un rapport de dépendance pour avoir accès à ces marchandises qu'ils désirent eux aussi acquérir. Certains de ces nouveaux riches cherchent alors à afficher leur émancipation face au régime politique. Les réactions politiques interviennent à partir de 2013 au moment où le gouvernement de Xi Jinping lance une vaste politique anti-corruption¹⁶. Il est désormais proscrit de faire des cadeaux aux membres du parti. Il faut se faire plus discret et inventer d'autres formes de gratification pour ne pas s'exposer.

Mais revenons à cette soirée de gala à Hongkong. Il n'y a pas que les Chinois qui cherchent à étendre leur réseau et un homme d'affaire français, résident de Hongkong, m'explique que le monde du vin ne s'inquiète guère des conséquences de ces nouvelles lois pour l'économie bordelaise :

« Il y a désormais des connaisseurs, des hommes et des femmes qui veulent connaître et comprendre pourquoi ces grands crus ont une telle notoriété dans le monde. Ils veulent être initiés et apprennent très vite, et surtout ils veulent continuer à boire. Ils se font toujours des cadeaux, mais ils doivent être beaucoup plus discrets et subtils. On me dit que certains offrent désormais des voyages à Bordeaux, plutôt que des caisses de Lafite, cela passe mieux. »

De plus, cette consommation de grands crus français en Chine n'est plus seulement liée aux stratégies « clientélares » entre citoyens chinois. De nouveaux riches apprécient ces objets de luxe et ces soirées, et veulent aussi élargir leurs relations sociales avec des étrangers pour partir à la conquête de l'économie mondiale. Dans les années 2010, la deuxième phase d'ouverture de la politique de la « Porte ouverte » lancée par Deng Xiaoping, implique que des entrepreneurs chinois se projettent à l'extérieur des frontières pour investir à l'étranger. C'est alors une sorte de *Terra Incognita* dont ces entrepreneurs ignorent presque tout. Hongkong apparaît comme un lieu incontournable d'apprentissage et de confiance, avant de se lancer à travers le monde. Ces nouveaux entrepreneurs doivent acquérir les règles et les codes d'une économie mondialisée dont le théâtre n'est plus leur territoire. Les activités de la commanderie du Bontemps à Hongkong font partie de ces moments d'initiation à cette nouvelle culture, dans un espace de confiance. Un propriétaire d'un domaine du Haut-Médoc me dit : « Le Chinois mal élevé c'est fini, ils veulent apprendre et appartenir à une nouvelle classe sociale en dehors des critères de la Chine. Ils envoient leurs enfants aux États-Unis et fréquentent des clubs pour s'éduquer et se transformer et certains veulent même s'acheter un château à Bordeaux. »

Ce marché des grands crus est global, mais présente une singularité propre à l'univers du luxe : la demande de consommation est supérieure à l'offre. Produits en quantité limitée, ces vins sont convoités par un nombre croissant de grandes fortunes mondiales. L'incorporation des nouveaux riches chinois provoque une inflation considérable des prix et une tension pour les acquérir. Les châteaux concernés connaissent un tel succès qu'ils doivent gérer une forme de pénurie en organisant une sélection de leur clientèle. L'argent ne suffit pas pour y avoir droit et l'accès à ces « objets de luxe » passe par des formes d'initiation. Un vigneron d'un grand cru prestigieux confie : « Nos meilleurs clients nous achètent depuis plusieurs générations. Chacun a une allocation d'un nombre de bouteilles. Ici, on tâtonne et on apprend à découvrir cette nouvelle clientèle en leur donnant un accès progressif à nos vins. »

Les Hongkongais ont joué un rôle de médiation essentiel dans l'essor du vin en Chine. L'arrivée d'une nouvelle clientèle bouleverse néanmoins cet ordre établi et les changements d'échelle provoquent des conflits importants. Un fidèle client anglais se plaint : « avec l'arrivée de tous ces Chinois, les prix flambent et je ne pourrai bientôt plus acheter des vins de Bordeaux. Je ne comprends pas comment les Bordelais peuvent à ce point se jeter dans la gueule du dragon. Ces gens vivent dans un autre univers politique que le nôtre et ne partagent pas nos valeurs ».

Un des membres de la commanderie ne cache pas que les vignerons bordelais se réjouissent largement du récent engouement chinois et se défendent de vendre au plus offrant. Le gérant d'un domaine du Médoc explique : « au début, j'avais des Chinois qui débarquaient presque avec la valise pleine de billets. Ils voulaient tout acheter. Ils repartaient déçus quand je leur disais qu'il fallait passer par un négociant ou qu'il n'y avait plus de vin. Le pire était de leur dire qu'il fallait attendre deux ans pour avoir quelques bouteilles... Nous prenons soin de choisir nos clients et pas l'inverse. »

Ce soir-là sur les rives du Hongkong Harbour, le dîner réunit tout ce petit monde où Hongkongais, Chinois, Singapouriens, Français, Italiens, Belges, Anglais, Américains maîtrisent les codes pour accéder à ce marché si singulier des grands vins. Ils sont issus du milieu du monde économique où le plaisir de la dégustation de vin prestigieux apparaît comme un bon « prétexte » pour « parler affaires ». Le caractère français est représenté par le vin, mais c'est beaucoup plus l'appartenance à un monde économique transnational qui les réunit. Dans cet univers, les acteurs de la finance occupent une place prépondérante, car ils possèdent un savoir-faire indispensable pour élaborer des montages financiers ingénieux pouvant se déployer sur plusieurs pays et plusieurs juridictions. Je fais la connaissance de banquiers travaillant pour de grandes banques globalisées (la Société Générale, Crédit

Agricole, BNP Paribas, HSBC, le Crédit suisse, Goldman and Sachs) ou pour des fonds d'investissements qui viennent côtoyer ce soir-là les cadres dirigeants expatriés représentant les grands groupes français du luxe depuis Hongkong

Au bout d'un moment, un serveur fait tinter un carillon parmi la foule pour annoncer l'heure du dîner. Les convives se dirigent vers la grande salle de réception de l'hôtel pour assister à la cérémonie et passer à table. Avant le dîner, les commandeurs montent sur une estrade pour les intronisations. Dans un rituel très maîtrisé, un des membres de la commanderie est chargé de rappeler en anglais le parcours professionnel, généralement élogieux, de l'impétrant tout en soulignant son amour pour les vins de Bordeaux.

Le grand maître siège au milieu de l'estrade, avec dans sa main une sorte de sceptre papal en or, pour accueillir les futurs intronisés. Plusieurs Chinois, mais aussi des Français expatriés travaillant dans l'économie du vin ou du luxe en Asie, vont bientôt intégrer la commanderie. Les nouveaux intronisés doivent jurer fidélité aux vins de Bordeaux avant d'être parés de la cape de velours bordeaux et tremper symboliquement leurs lèvres dans un verre de bordeaux tenu par le grand maître. Une jeune chinoise entourée par les commandeurs semble très impressionnée par le décorum. Le grand maître distille ensuite la phrase baptismale : « Nous vous faisons commandeur d'honneur de l'ordre de la commanderie du Bontemps » et passe au suivant.

En moins de trente minutes, c'est une trentaine de nouveaux membres qui seront intronisés ce soir-là. Je retrouve dans les coulisses la jeune Chinoise fraîchement intronisée, avant qu'elle ne regagne sa table. La voix remplie d'émotion, elle me confie : « C'est incroyable de faire partie de la commanderie ! C'est très émouvant de voir cette permanence dans l'histoire et ces familles qui ont acquis des richesses il y a si longtemps. C'est bon pour mon business de montrer que je fais partie de ce monde. » Elle m'explique qu'elle a fait ses études aux États-Unis et qu'elle travaille désormais avec son père. Elle l'aide à distribuer des grands vins dans ses chaînes d'hôtel en Chine et me confie qu'il est épuisé par le fonctionnement du business dans son pays, il rêverait de se retirer et investir dans un château à Bordeaux pour sa retraite. Juste après les intronisations, les membres de la commanderie laissent leur toge au vestiaire pour rejoindre le repas en smoking et robe de soirée. Pendant ce temps, cinquante sommeliers habillés en noir et revêtus d'un tablier rouge bordeaux attendent dans l'arrière salle. Leur chef passe au milieu des deux rangs quasi militaires pour vérifier les tenus et ajuster la manière de tenir la bouteille. Une fois les membres de la commanderie assis et dans un rituel parfaitement orchestré, ils pénètrent dans la salle à la lumière tamisée pour servir les stars de la soirée, quelques flacons des plus grands crus de Bordeaux sélectionnés pour l'occasion.

Ces rencontres réunissent ainsi des individus aux nationalités différentes cherchant à élargir leurs réseaux d'affaires, mais plus généralement leur prestige au-delà de leur environnement social. Au cours de leurs discussions, ils échangent sur leur vision du monde. Ces hommes d'affaires disposent d'un fort enracinement économique dans leur propre société, tout en essayant d'élargir leur influence à l'échelle planétaire. Ils partagent la nécessité de collaborer pour étendre leur puissance économique. Le vin apparaît alors comme un bon moyen pour créer un nouvel espace de confiance et envisager ensemble des investissements dans le monde entier.

Dans les discussions, malgré leurs différences, un discours commun s'exprime à travers leur inquiétude quant à la sécurisation de leur fortune dans leur propre pays. J'entends certains Européens s'insurger volontiers contre le niveau de prélèvement fiscal dans leur pays et louer les vertus de Hongkong pour organiser leurs affaires. Ils expliquent les raisons pour lesquelles ils sont désormais « résidents » suisse, belge, anglais ou hongkongais. Quelques invités chinois évoquent plus prudemment leur choix d'être résidents à Hongkong ou Singapour tout en continuant à faire des affaires en Chine. On comprend qu'ils ont fait ce choix pour se protéger d'éventuels changements politiques en Chine et scolarisent leurs enfants en Europe ou aux États-Unis. Ils possèdent généralement des outils de gestion pour leurs affaires (comptes bancaires, holding d'entreprises) à Hongkong ou Singapour. Ces élites évoquent le rôle incontournable de lieux comme Hongkong pour organiser la complexité de leurs montages économiques transnationaux.

Ce soir-là, la présence des médias est proscrite. Ces gens très puissants cherchent plutôt à rester discrets et ces dégustations ne sont pas médiatisées. Le summum du luxe ne s'incarne pas dans l'exhibition et l'ostentation, mais davantage dans la discrétion et la sobriété. Ces personnes sont d'ailleurs souvent peu connues du grand public et évitent la médiatisation. Les uns appartiennent à de grandes familles occidentales, qui n'ont plus à prouver leur statut social. Les autres sont ces nouveaux riches chinois qui cherchent la discrétion pour éviter de s'exposer à des difficultés politiques dans leur pays.

Ces lieux permettent aussi de créer un climat de confiance pour générer des projets communs de coopération économique. Des exemples concrets viennent justement d'éclorre dans l'évolution de l'économie viticole par une co-présence étrange : des Français produisent du vin en Chine et des Chinois produisent du vin en France. C'est par exemple le cas de l'actrice Zhao Wei, propriétaire du Château Monlot à Saint-Emilion ou celui du milliardaire Jack Ma, propriétaire du château de Sours. Ces Chinois ont pu réaliser leur investissement grâce à l'intervention favorable d'intermédiaires français. En ouvrant ainsi l'accès de l'univers de

Bordeaux, ces mêmes intermédiaires espèrent bénéficier de faveurs pour pénétrer plus facilement un marché chinois au potentiel énorme.

La société Les domaines barons de Rothschild (DBR) s'est associée à un géant de la finance chinoise (CITIC) pour créer Long Dai, un vignoble dans le Shandong. Cet investissement s'inscrit dans une stratégie plus globale pour Éric de Rothschild, dont la banque d'affaire entend renforcer ses liens avec CITIC pour mieux pénétrer le marché financier chinois. LVMH a créé le vignoble Ao Yun dans le Yunnan avec l'entreprise chinoise VATS, un des leaders de la production de spiritueux, espérant faciliter la diffusion de **ses** autres produits de luxe sur le marché chinois. De multiples exemples montrent l'émergence de formes économiques transnationales matérialisées par ces projets viticoles où s'associent investisseurs français et chinois.

Ce soir-là, quelques membres de la commanderie du Bontemps ont fait le déplacement jusqu'à Hongkong. Parmi eux, il y a quelques représentants de l'ancienne bourgeoisie bordelaise, mais aussi des grandes fortunes françaises ayant acquis récemment des propriétés sur la rive gauche. Parmi eux, il y a des représentants des familles Cathiard (Go sport) avec Smith Haut-Lafitte, les Arnault (Carrefour et LVMH) avec Cheval-Blanc, les Reybier (Cochonou) avec Cos d'Estournel, les Pinault (Kering) avec Château Latour, les Wertheimer (Chanel) avec Château Canon, les Peugeot avec Château Guiraud, les Momméja avec Château Fourcas-Hosten, les Bouygues avec Château Montrose, les Mentzelopoulos avec Château Margaux, les Quenin avec Château Pressac.

Ces entrepreneurs ont réalisé leur fortune dans la distribution de marchandises mondialisées sur le territoire européen et leurs acquisitions viticoles s'intègrent dans une logique plus globale de conquête de marques prestigieuses. Cette transformation de la sociologie des propriétaires bordelais témoigne d'une forme de financiarisation du foncier viticole. Les grands crus deviennent des marques de luxe parmi d'autres.

Cette élite économique française, ancrée politiquement à droite, s'accommode visiblement parfaitement aux nouvelles fortunes venues de la République populaire de Chine. Les Bordelais cherchent désormais à élargir leur cercle et **à** intégrer quelques fortunes chinoises, comme l'actrice Zhao Wei ou l'homme d'affaire **Jack Ma**, pour accroître leur influence mondiale. Le vignoble bordelais comptabilise déjà plus de cent-soixante domaines passés sous pavillon chinois et de nouveaux investisseurs continuent d'être accueillis.

Elles partagent un mode de vie identique, celui d'une circulation permanente pour s'assurer du développement de leurs affaires entre les États-Unis, l'Europe et l'Asie et ont des sociétés immatriculées à Hongkong pour assurer leurs transactions financières dans le monde

entier. Un propriétaire bordelais me dit : « Je suis content de venir à Hongkong, c'est aussi l'occasion de voir mon fils qui réside à Hongkong et qui prépare le monde de demain pour notre entreprise ». Ces familles circulent et résident à différents endroits du monde pour accompagner les changements d'échelle de l'économie. Un œnologue salarié d'une propriété du Médoc **m'explique** : « Pour beaucoup de ces patrons, le vin n'est qu'une activité économique parmi d'autres, il y a la banque, la finance, la grande distribution... et ils sont rares à vivre à plein temps à Bordeaux ». Il me fait remarquer d'ailleurs que l'ancien grand maître de la commanderie, **André Cazes**, était surnommé « celui qui dort à Bordeaux » pour souligner la différence avec les autres. Les uns et les autres ont intériorisé cette mobilité de résidence dans leur stratégie économique et **leur mode** de vie.

La commanderie du Bontemps s'est particulièrement investie à Hongkong, car c'est un espace social transnational incontournable, où se côtoient ces élites occidentales et chinoises en toute confiance. L'ancien protectorat britannique héberge le plus grand stock des vins fins, grâce à la mise en place d'infrastructures permettant de réceptionner, expédier, de stocker et expertiser les vins dans des conditions optimales. Toutes ces mesures volontaristes¹⁷ ont fait de Hongkong le Global Wine hub¹⁸. Un commissaire-priseur présent à la soirée me dit¹⁹ : « Hong Kong est devenue la place forte de toutes les ventes de luxe, de la joaillerie, de l'horlogerie et du vin, et ce marché est promis à un avenir **radieux**. Mais j'ai de sérieux doutes pour que cela puisse être transféré en Chine continentale... car la confiance réciproque n'est pas tout à fait au rendez-vous ».

Bordeaux n'a pas choisi Hongkong par hasard car cet espace politique au statut ambigu joue un rôle essentiel dans les échanges entre ces élites venues de deux systèmes politiques et économiques différents. C'est un espace de confiance qui offrirait des garanties, me confie un vendeur de vin installé à Hongkong, « Toutes mes transactions passent par Hongkong, **il est** difficile de travailler directement avec la Chine, car il arrive de ne pas être payé et les recours sont très compliqués. Malgré les complications politiques et les discours officiels, je suis convaincu que la Chine a aussi besoin de Hongkong, elle ne peut pas s'en passer. »

La commanderie du Bontemps et les organisateurs de Vinexpo Bordeaux affichent ce soir-là une confiance dans les perspectives offertes par la Chine tout en étant particulièrement attaché au rôle de Hongkong. J'échange sur la situation politique à Hongkong avec un riche Chinois résident hongkongais. Il ne semble pas inquiet et m'explique,

« Toutes les familles de l'élite du parti ont leur appartement ou leur compte en banque à Hongkong, le parti communiste n'a pas intérêt à supprimer le rôle de Hongkong. Il faut être confiant et les quelques manifestants ne représentent pas la majorité des citoyens hongkongais qui n'ont pas de problèmes avec Pékin. »

Après cette soirée hongkongaise, tout le monde se donne rendez-vous l'année suivante pour la traditionnelle fête de la fleur à Bordeaux en juin 2019. Malgré les changements politiques récents à Hongkong, la commanderie du Bontemps affiche une même confiance envers le marché chinois. Les membres de la commanderie et leurs cinq cent invités prestigieux se rassurent des mots enchanteurs prononcés par leur invité d'honneur : Jack Ma. L'une des plus grosses fortunes chinoises²⁰, grand collectionneur de grands crus, jeune multipropriétaire de domaines viticoles à Bordeaux s'adressait aux Bordelais en leur disant : « Vous ne produisez pas du vin mais du bonheur ! »

Malgré cet enthousiasme général, quelques observateurs avertis s'inquiètent des conséquences pour Bordeaux de la reprise en main politique par Pékin sur Hongkong. Un *family office manager* (responsable de gestion de fortune) d'une banque française basé à Hongkong me confiait que certains de ces clients se préparaient déjà à quitter Hongkong pour Singapour voire Londres.

CONCLUSION

Depuis l'épidémie du Covid, la tendance s'accélère et les changements politiques en vigueur risquent d'avoir un impact direct sur l'engouement chinois pour les objets européens de luxe. La confrérie du Bontemps ne peut plus se déplacer à Hongkong. La mise en résidence surveillée de Jack Ma (novembre 2020) a marqué les esprits et les nouveaux riches chinois, friands de grands crus ou de domaines bordelais à acheter, ont déserté Bordeaux. En Chine, ils font l'objet d'un contrôle accru du gouvernement de Pékin et Xi Jinping²¹ les stigmatise volontiers pour leur consommation ostentatoire de marchandises étrangères de luxe. Il exhorte les plus riches à consommer chinois pour participer au rêve chinois et contribuer au développement d'une nouvelle « prospérité commune ». Bordeaux et l'économie française prennent conscience de leur dépendance à l'égard de l'économie chinoise. Une chute des prix et une crise sans précédent s'annoncent à Bordeaux en 2022 face au recul du marché chinois et oblige les acteurs de la filière à développer une nouvelle clientèle pour sortir de cette

dépendance chinoise.

L'incorporation des grands vins et des marchandises de luxe dans l'univers chinois n'est pas l'expression de la pénétration du capitalisme en Chine²². Ce phénomène n'a pas bouleversé son fonctionnement politique et l'accroissement de la consommation de marchandises de luxe a accentué les dépendances de toute sorte du monde à l'égard de la Chine. *A contrario* le *wine rush* chinois souligne la transformation de l'Europe en « fabrique » d'objets de luxe pour la Chine. Dans **cette nouvelle réalité historique**, qui n'a jamais autant produits de marchandises²³, la consommation d'objets de luxe n'est sans doute que l'incarnation d'une dépendance voire d'une sujétion croissante des économies européennes à l'égard de la Chine.

Boris Petric
Anthropologue
Directeur de recherche CNRS, Centre Norbert Elias
boris.petric@ehess.fr

RÉSUMÉ

Le luxe des grands crus et les élites transnationales à Hongkong

Les grands vins français ont été incorporés en moins de deux décennies comme une des marchandises de luxe dans les échanges sociaux en Chine et dans l'univers d'une élite transnationale organisant les échanges sociaux entre Pékin et le reste du monde. Cet article propose une immersion ethnographique au sein de la Commanderie du Bontemps, une confrérie des vins de Bordeaux qui assure la promotion de ces grands crus en multipliant les activités sur l'île de Hongkong, devenu le Wine Global Hub.

MOTS-CLÉS : vin, France, Chine, Hong Kong, confrérie, luxe

SUMMARY

Luxury fine wines and transnational elites in Hongkong

In a few decades, French fine wines have been incorporated as one of the major luxury goods in social exchanges in China and also in the world of a transnational elites organizing social exchanges between Beijing and the rest of the world. This article offers an ethnographic immersion within the Commanderie du Bontemps, a brotherhood of Bordeaux wines, that promotes these grands crus by increasing activities on the island of Hongkong, which has become the Wine Global Hub.

KEYWORDS: Wine, France, China, Hongkong, luxury, brotherhood

RESUMEN

Vinos finos de lujo y élites transnacionales en Hongkong

Los grandes vinos franceses se han incorporado en menos de dos décadas como uno de los artículos de lujo en los intercambios sociales en China y en el universo de una élite transnacional que organiza intercambios sociales entre Pekín y el resto del mundo. Este artículo ofrece una inmersión etnográfica dentro de la Commanderie du Bontemps, una hermandad de vinos de Burdeos que promueve estos grandes crus aumentando las actividades en la isla de Hong Kong, que se ha convertido en Wine Global Hub.

PALABRAS CLAVES: Vino, Francia, China, Hongkong, lujo, hermandad

¹ Hugh Johnson, *Une histoire mondiale du vin : de l'antiquité à nos jours*, Paris, Hachette (1989), 2012.

² Jean-Robert Pitte, *Désir de vin : à la conquête du monde*, Paris, Fayard, 2009.

³ Cet engouement se traduit par un autre phénomène plus inattendu : la Chine comme un des futurs géants de la production.

⁴ Arjun Appadurai (ed), *The Social Life of Things : commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press, 1986.

⁵ Kenneth Pommeranz, *Une grande divergence : la Chine, l'Europe et la construction de l'économie mondiale*, Albin Michel, Paris, 2010.

⁶ Boris Pétric, « Transformer le désert chinois en vigne », *Le Monde diplomatique*, juillet 2014, p.17.

⁷ J'ai également travaillé sur les activités de la confrérie de la Jurade de Saint-Emilion mais aussi la confrérie des Chevaliers du Tastevin (Bourgogne) ou celle des côteaux du Champagne.

⁸ Gilles Laferté, *La Bourgogne et ses vins : images d'origine contrôlée*, Paris, Belin, 2006.

⁹ La chambre de commerce de Bordeaux a pris conscience de ce vaste mouvement asiatique et Vinexpo, cette grande foire mondiale, initialement organisée à Bordeaux, se déroule depuis 1998, une année sur deux à Hongkong.

¹⁰ Gilles Laferté, *op.cit.*

¹¹ Sylvie Cazes est notamment présidente de la Cité du vin et de la vigne à Bordeaux. Son père, Jean-Michel Cazes a longtemps dirigé Axa Millésimes et est connu comme ayant facilité l'introduction d'investisseurs institutionnels (banques, assurances) dans le bordelais.

¹² Baudrillard Henri, *L'histoire du luxe*, Paris, 1878.

¹³ La consommation réelle de vin en Chine demeure encore largement un mystère.

¹⁴ Yuxiang Yan, *The flow of the Gifts : social reciprocity and social networks in Chinese Village*, Stanford University Press, 1996.

¹⁵ Bruce J. Dickson, *Red Capitalists in China. The Party, Private Entrepreneurs, and Prospects for Political Change*, Cambridge University Press, 2003.

¹⁶ http://www.lemonde.fr/asi-pacifique/article/2016/10/24/xi-jinping-impose-ses-allies-au-parti-communiste-chinois_5019183_3216.html

¹⁷ En 2007, Hongkong supprime les taxes d'importation sur le vin et les licences d'importation.

¹⁸ Depuis 2008, les importations ont augmenté de 76%, soit 47.6 millions de litres, ce qui représente en valeur une augmentation de 637 millions de dollars US, soit 978 millions à la fin 2012 (source : USDA Foreign Agricultural Service).

¹⁹ Le prestige des vins français ne date pas d'aujourd'hui. Au commencement de sa puissance, clubs mondains et grandes universités britanniques consomment les grands crus français. Puis, la bourgeoisie WASP américaine fait de même. Dans la deuxième moitié du XX^e siècle, les grandes ventes aux enchères de vins fins ne se déroulent plus à Londres, mais à New York. Depuis, New-York a été détrônée par Hongkong qui est devenu le Global Wine hub depuis quelques années.

²⁰ Cette entreprise est l'équivalent d'Amazon pour la Chine.

²¹ Jian Ma, *China Dream*, Paris, Flammarion, 2019.

²² Werner Sombart, *Capitalism and Luxury*, University of Michigan Press, Ann Arbor, 1967.

²³ Franck Trentman, *Empire of Things, How we Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-first*, London, Penguin Books, 2016.