

Manières de boire L'apprentissage de la dégustation dans les “ bars à vin ”

Thierry Rosso

► **To cite this version:**

Thierry Rosso. Manières de boire L'apprentissage de la dégustation dans les “ bars à vin ”. Socio-anthropologie, Publications de la Sorbonne, 2004, BOIRE, 1 (15), pp.148. <hal-01515814>

HAL Id: hal-01515814

<https://hal.univ-cotedazur.fr/hal-01515814>

Submitted on 28 Apr 2017

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.



Manières de boire

L'apprentissage de la dégustation dans les « bars à vin »

Thierry Rosso



Éditeur

Publications de la Sorbonne

Édition électronique

URL : <http://socio-anthropologie.revues.org/406>
ISSN : 1773-018X

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2004
ISSN : 1276-8707

Référence électronique

Thierry Rosso, « Manières de boire », *Socio-anthropologie* [En ligne], 15 | 2004, mis en ligne le 15 juillet 2006, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://socio-anthropologie.revues.org/406>

Ce document a été généré automatiquement le 30 septembre 2016.

© Tous droits réservés

Manières de boire

L'apprentissage de la dégustation dans les « bars à vin »

Thierry Rosso

- 1 Si l'Europe demeure la région où la consommation d'alcool est la plus élevée au monde, les données statistiques ont récemment montré que cette dernière diminue sensiblement depuis quelques années, et notamment dans des pays producteurs comme la France¹. Cette transformation se lit en particulier dans les chiffres de consommation du vin, qui ne cessent de diminuer.
- 2 Commentant cette tendance générale, qui se profile déjà depuis quelques années à une échelle plus vaste, Guy Caro avait pronostiqué, en 1987 qu'un « mouvement culturel se dessine actuellement dans le monde. On s'intéresse à ce que l'on boit et on boit moins »². Historiquement, la consommation du vin a effectivement connu d'importantes fluctuations, oscillant entre progression et recul : très répandu dans le bassin méditerranéen durant toute l'Antiquité, le vin deviendra plus tard, pour des questions bien plus économiques que culturelles, une boisson réservée aux élites sociales, avant de redevenir sporadiquement le breuvage préféré des couches populaires. Au début du XXI^e siècle, dans les nations d'Europe occidentale, et en particulier en France, le vin conserve un certain prestige et continue de se présenter, dans le choix des boissons et dans les manières de boire, comme un instrument de la distinction sociale.
- 3 L'explication de la baisse de consommation du vin français ne saurait être épuisée par une analyse unifactorielle : ses causes sont tout autant imputables aux changements d'habitudes et de goûts alimentaires, à la compétition économique dans un secteur de plus en plus concurrentiel, ou encore aux politiques de santé publique. Le contexte national – et même européen – voit en effet se multiplier des campagnes de prévention de l'alcoolisme et les programmes de lutte contre les intoxicants : drogues, tabac, alcool, sont ainsi désignés comme des produits pathogènes à bannir des habitudes de consommation – ou du moins, pour le dernier, qu'il faudrait « consommer avec modération ».
- 4 Pour les acteurs de l'industrie du vin français, la construction et l'élaboration de ce produit fait néanmoins partie intégrante d'une identité revendiquée à l'échelle locale,

nationale et internationale. Une identité qui trouve une traduction dans des débats et enjeux récents, et qui se lisent à travers la délicate posture de l'État français, qui doit d'un côté satisfaire aux exigences des producteurs de vin en matière de reconnaissance de la singularité de ce produit (via les appellations contrôlées, plus récemment comme un « aliment » et non plus comme une drogue³), et d'un autre côté qui met en place des dispositifs visant à la réduction de la consommation des boissons alcoolisées⁴.

- 5 En réponse au risque (bien réel) d'une désaffection croissante des consommateurs à l'égard du vin, les producteurs et distributeurs mettent en place de nouvelles pratiques commerciales, via la valorisation des aspects bénéfiques de sa consommation – une idée pour le moins controversée⁵ – la patrimonialisation des vignobles et des crus⁶, ainsi que des pratiques de promotion de leurs produits à destination de nouveaux clients potentiels.
- 6 Cet article met en lumière l'une de ces nouvelles pratiques, la dégustation dans des « bars à vin », et examine les critères requis pour devenir un « amateur de vin », un attribut dont la définition repose sur une conception élitiste se référant et se légitimant grâce à des savoirs professionnels codifiés et médiatisés. Les données présentées proviennent d'une enquête ethnographique à l'occasion de ces séances d'initiation à la dégustation dans des bars à vin niçois⁷, et d'une série de questions adressées aux professionnels qui les organisent (œnologues et cavistes) : Comment éduquer ses sens ? Que faut-il savoir pour être un amateur éclairé ? Comment peut-on se représenter et imaginer la « construction d'un vin » ? Les réponses obtenues lors de l'enquête nous renseignent sur un « lexique descriptif mouvant » qui essaie de faire coïncider une approche sensorielle intime et les termes déterminés par les conventions d'une profession.
- 7 Les cours de dégustation auxquels nous avons assisté se sont tous déroulés suivant une trame identique qui n'a que peu changé durant la période d'observation. Leur durée oscille entre une heure quarante et deux heures quinze minutes. Le nombre de participants varie de huit à quatorze personnes. Les groupes, mixtes, se composent presque toujours d'une représentation quasiment égale des deux sexes avec toutefois une faible prédominance féminine. Au cours des séances, un seul « expert » encadre les dégustateurs, un noyau d'une dizaine de personnes constitué principalement de cadres supérieurs (médecins, avocats, ...) de plus de quarante ans. Le tarif des cours est assez élevé ce qui permet aux organisateurs de ne pas être freinés dans le choix des bouteilles, des domaines et des viticulteurs.
- 8 Ces cours se veulent différents d'une dégustation « à la vigneronne ». Des fiches sont d'abord distribuées aux amateurs : elles comprennent des renseignements telles que les noms du vigneron, du vin, de la cuvée, du domaine ou de la parcelle, ainsi que le millésime. On leur répartit ensuite des mouillettes⁸ qui leur serviront à identifier les odeurs.
- 9 Les dégustateurs noteront sur leurs fiches leurs impressions et appréciations, ainsi que les différents aspects du vin. Le premier aspect est visuel : il s'agit de l'intensité de la couleur du vin (faible, moyenne ou forte), sa couleur elle-même (rouge, blanc, rosé) ses reflets (violet, ambré, ...). Le second aspect est olfactif, sous la forme de familles d'odeurs, qui correspondent à des notes : « florales », « boisées », « de confiserie », « végétales » ou encore « épiciées ». Vient ensuite l'impression générale qu'a produit l'olfaction : « agréable », « désagréable », « harmonieuse »... En troisième et dernier lieu vient l'aspect gustatif comprenant « l'intensité en alcool », « la légèreté » ou le fait que le caractère « capiteux » du vin, sa « longueur en bouche ».

- 10 Trois ou quatre vins d'une même région sont ainsi dégustés au cours d'une séance. Pendant la dégustation, « l'expert » livre des informations relatives aux cépages, aux vigneron, des indications concernant l'approche de la viticulture (type de taille, mono-cépage ou assemblage), et présente le vignoble et l'histoire du domaine. Les participants goûtent le vin et vident ensuite le reste de leur verre dans un seau.
- 11 Après la dégustation de chaque vin une « correction collective » est proposée par l'expert et donne lieu à des commentaires et échanges au sein du groupe : l'expert donne une réponse, et les participants vérifient les leurs, les corrigent et demandent éventuellement des compléments d'information. En fin de dégustation les participants peuvent goûter à nouveau les différents vins et discuter de leurs approches respectives.
- 12 Pour le vin, la première approche sera visuelle : la couleur du vin, (blanc, rouge ou rosé), sa limpidité, sa « lumière », ses reflets sont des indices qui permettent d'établir la provenance du vin. Alors qu'une partie des termes utilisés pour décrire les impressions olfactives sont empruntés au champ lexical de la musique, l'analyse visuelle mobilise quant à elle un registre anatomique : « Plus le vin est chargé en alcool, plus il y a de larmes sur le bord du verre, enfin, de glycérol qui s'accroche aux parois. On appelle ça les larmes, les Anglais appellent ça les jambes. » (un caviste depuis 15 ans).
- 13 La limpidité ainsi que la présence d'une légère matière en suspension indique si le vin est filtré ou non. La teneur en alcool ainsi que l'identité du vin peuvent également être évaluées par un simple regard : « Des vins comme les jeunes Syra ont des reflets un peu violacés, on voit sur le disque du verre un très léger reflet violet et pour les vins de Loire, il y a parfois sur le bord du disque, un tout petit reflet vert. » (œnologue et parfumeur depuis 20 ans).
- 14 Dans l'analyse olfactive, l'amateur doit décrire ses premières impressions, la « première note », sans remuer son verre. L'appréciation d'une odeur dépend de la température. Le dégustateur ne va ainsi pas « percevoir » le vin de la même manière s'il est froid ou s'il est chaud : « Boire les vins trop frais bloque les arômes. Quand les champagnes ou les vins blancs restent trop en seau de glace, les arômes sont bloqués et à partir d'une certaine température ils se libèrent. » (M. V., caviste depuis 12 ans). Mais les références olfactives sont variables : « Pour un vin qui possède un nez d'agrume, certains seront plus sensibles au pamplemousse, d'autres au citron. » (M., œnologue et parfumeur depuis 20 ans).
- 15 Les professionnels semblent ici détenir un savoir-faire bien spécifique, résultant d'une longue habitude et d'une préparation régulière : « Il est rare de sentir, à moins d'être un professionnel, de s'exercer, de faire des gammes tous les jours. Sinon on tourne autour du vin, l'image ne vient pas immédiatement. » (N., œnologue depuis 10 ans).
- 16 En œnologie, trois sortes d'arômes sont reconnus : les arômes primaires, secondaires et tertiaires. Les arômes primaires sont propres au raisin, ou « l'odeur du raisin lui-même ». Les arômes secondaires sont appelés arômes d'élevage : ils apparaissent au cours de la fermentation. Les arômes tertiaires sont liés à la lente évolution du vin en fût. Les professionnels distinguent clairement le goût de l'arôme : « Le goût c'est la langue. Ensuite l'arôme : c'est différent du parfum, c'est plus lié à l'alimentaire. Je dirais "l'arôme du citron", "l'arôme de la framboise", par contre, je dirais, "le parfum de la rose", et pas "l'arôme de la rose". » (M., œnologue et parfumeur depuis 20 ans).
- 17 Mais même pour les experts, ces termes sont souvent sujets à des interprétations différentes. Ainsi le terme « saveur » fait-il l'objet d'un jeu rhétorique : « La saveur est

- relative au plaisir : c'est déguster avec plaisir. [...] Je me vois mal employer le mot « saveur » si pour moi l'aliment, la boisson n'a pas une valeur. Ca me semblerait déplacé. » (R., œnologue depuis 22 ans).
- 18 La « longueur en bouche » d'un vin est un critère déterminant lors de la dégustation elle s'évalue en caudalies. « Une caudalie est égale à une seconde, dans le langage de l'œnologie. Il faut compter la persistance aromatique qui reste dans la bouche après avoir bu le vin. Normalement, plus le vin est long en caudalies, plus il est bon. Parce qu'un grand vin, c'est aussi un vin qui est long en bouche. » (N., œnologue depuis 10 ans).
- 19 L'appropriation d'un goût semble passer par un « partage de références », et, s'agissant de la dégustation de vins, par une convention d'expertise : ce qui se rapproche de la construction *a posteriori* d'un goût « bon à penser » (et d'un vin bon à boire) c'est la mise en concordance d'une estimation intime de propriétés gustatives et d'un discours transmis de manière académique.
- 20 En œnologie, « sentir » recouvre deux processus distincts : l'olfaction et la rétro-olfaction. Le premier se résume aux sensations offertes par les détecteurs olfactifs situés dans le nez, lors de l'absorption du vin. Le second consiste à faire tourner le vin dans la bouche, aspirer de l'air et faire « gargouiller » le liquide dans la cavité buccale afin de libérer les arômes au fond du palais, qui remontent alors dans le nez jusqu'aux détecteurs olfactifs. Cette technique est utilisée afin de détecter des arômes fugaces qui ne se sentent pas de manière immédiate : « La violette est un arôme dans le vin qui revient assez souvent. On ne la capte pas en nez ni en bouche, mais c'est en rétro-olfaction que l'on a d'un coup une vapeur de violette. » (R., œnologue depuis 22 ans).
- 21 Dans la dégustation, le toucher correspond à une sensation tactile en bouche, liée à l'aspect acre et râpeux d'un vin, qui est souvent en relation avec les tanins qu'il contient. Le tanin est un des constituants du vin, qui permet d'en assurer la longévité. Au fur et à mesure du vieillissement, les tanins vont se fondre et en même temps donnent sa « structure » au vin. Ils permettent de « tenir » un vin : un vin riche en tanin est un vin apte à un long vieillissement. A l'inverse, un vin qui en est dépourvu ou qui en possède très peu n'aura pas la « structure » suffisante pour « amener » le vin dans le temps. Certains vins riches en sucre provoquent aussi une sensation tactile. Les tanins du vin laissent alors un dépôt sur les gencives, la langue, et le palais. De manière générale on parle surtout du sucre dans les vins blancs et des tanins dans les vins rouges. Mais aussi de la « matière » du vin qui laissent « ...comme un dépôt sur le palais et la langue. C'est une sensation très physique, dans ce cas là, pas du tout olfactive, vraiment physique. [...] je dirais même tactile. [...] Un vin très sucré laissera la langue un peu lourde. Ce sont des vins qui sont très riches en sucre et qui manquent d'acidité. [...] Quand le vin n'est pas fluide, quand il ne glisse pas, qu'il reste en bouche, le vin est plus épais, on pourrait presque le mâcher tellement il y a de la matière » (R., œnologue depuis 22 ans).
- 22 Les œnologues ont, comme les parfumeurs, une éducation olfactive qui leur permet de développer leur odorat. Lorsque l'odeur n'est pas immédiatement reconnue, ils ont recours à une démarche analogique intuitive : à partir d'un contexte connu, le dégustateur se laisse ensuite envahir par des images et des émotions. Il regroupe et visualise tout les éléments de cette image mentale afin de reconstruire un cheminement imaginaire pour retrouver l'odeur.
- 23 La démarche analogique est très souvent utilisée par les experts afin de déterminer une odeur, voire parfois un environnement ou même une ambiance olfactive.

- 24 Cette méthode qui lie l'expérience individuelle à des modes de perception intime est souvent évoquée afin de déterminer un champ lexical commun : « Avec un odorat développé et beaucoup d'images olfactives mentales, il y a forcément des références, des analogies : un vin va évoquer un paysage et ce paysage rappelle un endroit connu, une odeur typique qui s'y dégageait » (M., œnologue et parfumeur depuis 20 ans). « Lorsque la sensation rappelle le minéral, l'image qui vient est celle d'un caillou, puis un caillou chauffé, une pierre à fusil, un silex, un silex frotté (...) Ca marche comme ça : par des images mentales qui viennent se superposer. Il suffit d'élaguer et on arrive à une bonne description. » (N., œnologue depuis 10 ans).
- 25 Comment peut-on se représenter et imaginer la « construction d'un vin » ? La capacité d'expertise du dégustateur réside dans la faculté à pouvoir se représenter, grâce à une construction imaginaire, la chaîne opératoire des vins et à se projeter. Afin d'illustrer notre propos, nous rapporterons ci-après quelques aspects de ces constructions où, se mêlent et se confondent souvent des informations objectives, des représentations imaginées et des descriptions de percepts intimes.
- 26 Le vin est représenté comme un produit vivant qui va se transformer dans le temps, à la fois grâce à ses éléments constitutifs mais aussi en fonction des modalités de son élevage. La constitution des arômes tertiaires est elle-même imaginée : « La chauffe des douelles – les planches qui constituent le tonneau – est importante au niveau aromatique. Le maître de chais va indiquer au tonnelier à quelle température il doit chauffer les douelles pour assembler le tonneau. Si la température est faible, moyenne ou forte, ces planches vont subir une modification, une réaction de la sève qui circule dans le bois. Elle va commencer à caraméliser et avec une chauffe très forte, le bois va transmettre au vin des arômes un peu âcres. Avec une chauffe moyenne, cela va donner des notes de vanille un petit peu ambrée, des chauffes légères donnent des notes beaucoup plus volatiles. C'est la patte du vinificateur. » (M., caviste à Nice depuis 15 ans).
- 27 Ici, c'est la chaîne opératoire des vendanges qui est reconstruite mentalement. L'expert va visualiser ses connaissances et son savoir-faire dans un imaginaire des vendanges. Il va ensuite en dégager une analyse des facteurs qui ont pu induire telle ou telle caractéristique au vin : « C'est le vigneron qui juge si son raisin a atteint le potentiel dont il avait envie. Certains viticulteurs préfèrent vendanger de bonne heure pour que le raisin ne soit pas trop gorgé de sucre, pour qu'il garde une certaine acidité : ils veulent des vins très vifs et très nerveux. Si le raisin est trop mûr, il y a beaucoup de sucre qui peut étouffer cette nervosité. C'est parfois l'inverse : on attend que les raisins soient très mûrs, pour donner des vins très amples, très suaves, très exubérants. On sent le fruit mûr, ce côté un peu suave. » (M., caviste depuis 12 ans)
- 28 Le choix du tonneau se révèle également dans la dégustation. Un tonneau de bois neuf va donner un arôme très boisé au vin, qui ne devrait pas supplanter l'arôme du vin lui-même. Pour l'accentuer ou plus simplement le créer, certains viticulteurs procèdent à des ajouts de produits en cours de vinification : « Ce n'est pas du jus de bois, c'est du jus de raisin ! Mais certains trichent, en glissant des sachets de copeaux de chêne (les *tisanes*) dans les cuves en inox pour donner une note boisée au vin. [...] Viennent ensuite s'y ajouter les levures et les aditifs : la législation française en autorise 80. » (M., caviste depuis 15 ans).
- 29 Le « collage » consiste à verser de l'albumine ou une « colle » faite à base de poisson dans une cuve, pour que les particules en suspension s'y fixent : le liquide est ensuite filtré

pour le débarrasser d'un éventuel dépôt et donner au vin plus de transparence, ce qui ne présente pas, aux yeux des œnologues, que des avantages : « on gagne en esthétique : le vin est alors d'une pureté très cristalline. Mais dans ces particules en suspension il y a des arômes et une certaine mâche. On perd de la suavité en bouche, et la richesse olfactive. » (M., œnologue et parfumeur depuis 20 ans).

30 Si chaque cépage a un goût et une odeur différents, il a aussi une fonction singulière dans la composition d'un vin. Certains vont servir à faire des assemblages, afin de donner un petit peu de douceur.

31 Pour les cépages entrant dans l'élaboration des vins de Côtes du Rhône, la Syra est un cépage qui a « de beaux tannins » ce qui garantit son vieillissement. S'il est en grande partie un cépage unique, certaines Côtes Rôties comprennent du Viognier, un cépage blanc au goût très « miellé ».

« Quelque chose de très exubérant et que le viticulteur va devoir marier à dix pour cent maximum avec la Syra. Pourquoi mettre du Viognier dans la Côte Rôtie ? Simplement parce que ce cépage étant assez exubérant, assez miellé, assez rond, la Côte Rôtie étant plus terrienne, assez poivrée. Pour un petit peu adoucir, pour amener un peu plus de tendresse, on va dire 'dompter la bête'. » (M. R.B., Nice, œnologue depuis 22 ans).

32 Le Viognier est le cépage blanc de la vallée du Rhône. Pour les Bordeaux, les cépages les plus représentés sont le Cabernet Sauvignon et le Cabernet franc, le Merlot et le petit Merlot. Le Cabernet franc est un cépage tannique, qui va donner la « structure » et le « corps » au Bordeaux et aussi assurer une grande longévité.

« Le Cabernet Sauvignon a plus de tannins c'est le cépage des crus du médoc, il a des arômes assez fins avec des notes de cassis de cèdre, d'épice, et une note aussi typique que l'on reconnaît à l'aveugle c'est la note de poivron [...] Il faut qu'elle soit à peine perceptible car si elle est trop marquée, ça peut provenir d'un défaut. » (M., caviste à Nice depuis 15 ans).

33 Le Merlot est beaucoup plus « rond », c'est le plus « féminin » des cépages du Bordelais, c'est lui qui donne la rondeur.

« Suivant les crus du Bordelais, on va avoir une plus forte proportion de Cabernet Sauvignon et puis un peu de Merlot. Ce seront des vins plus 'virils'. Avec plus de Merlot et moins de Cabernet, la tendance est inversée : ces vins seront beaucoup plus souples. [...] Par exemple le Pomerol qui a le plus de Merlot dans les vins du Bordelais, est un vin plus suave, il a des petites notes de fruit rouge de cuir aussi, et toujours un peu de violette. » (M., nice, caviste depuis 12 ans)

34 Le terroir (la qualité de la terre du sous-sol), l'orientation et le climat vont faire que le cépage va vraiment s'épanouir et donner « le meilleur de lui-même » dans tel ou tel lieu de production. Suivant l'orientation le vignoble va capter plus ou moins de soleil. La composition du sol donne une « typicité au vin » (R., Nice, œnologue depuis 22 ans). Chaque cépage a son terroir de prédilection. Le Chardonnay est par exemple planté dans de nombreuses régions de France et du monde, mais les professionnels s'accordent à dire que la Bourgogne est le terroir de prédilection de ce cépage.

35 En Bourgogne existe une conception particulière de la notion de climats. Ce sont de petites parcelles, qui ont des noms de lieux dits.

« C'est le même sol, c'est la même exposition, c'est le même cépage, c'est cent pour cent Chardonnay. Comment se fait-il que d'un climat à l'autre avec un même sol, la même orientation, le même cépage, on arrive à deux choses différentes ? C'est la patte du vinificateur, l'intervention de l'homme. Le terroir va être un petit peu plus éloigné avec une exposition différente, mais il va y avoir une grande différence

même si le cépage est identique et planté dans la même région. » (V., nice, caviste depuis 12 ans).

- 36 Les particularités du cépage et de son terroir se traduisent évidemment dans les caractéristiques du vin à travers sa dégustation, et qui renvoient encore et toujours à une chaîne d'images olfactives.

« La caractéristique du Chardonnay, c'est son gras, son côté un peu noisette, un peu torréfié, le côté aussi pierre à fusil, le caillou frotté, un peu silex. » (V., nice, caviste depuis 12 ans).

- 37 Enfin, *last but not least*, la sensualité et la séduction, des aspects bien connus des spécialistes, trouvent évidemment leur place dans l'analyse de la dégustation.

« Ce côté velouté, des tannins très fondus, comme une caresse sur la langue, cet aspect tactile est très sensuel. Dans les vins rouges autant choisir la sensualité. Pour les vins blancs ils sont plus séducteurs. Je n'ai pas encore trouvé un vin blanc sur lequel je puisse mettre l'adjectif sensuel alors que sur une Côte Rôtie, il y a un côté un peu animal que l'on retrouve aussi dans d'autres cépages. Il y a un côté un peu « cuirré », un peu fruité et puis violette aussi. Cette petite note de violette qui est assez magique. » » (N., œnologue depuis 10 ans).

« Par exemple pour moi une Côte Rôtie c'est un vin suave, un vin sensuel, un vin presque charnel. Il a un côté un peu épicé, un peu animal, avec une longueur en bouche. On le prend, ça monte en rétro-olfaction, puis c'est long... et jouissif ! » (R., œnologue depuis 22 ans).

« L'analyse sensorielle alimente une connaissance et une expérience progressivement acquises pour reconnaître un cépage, une région, un terroir, une vinification, c'est-à-dire, le patient travail des vignerons et des œnologues, et pour finalement, définir l'identité du vin »⁹

- 38 La connaissance qu'évoque ici Guy Caro est ainsi d'une nature institutionnelle : elle est transmise, par une « éducation » des sens, dans les écoles et lieux de formation à une œnologie, et constitue un alignement des sensations de la dégustation sur un registre normatif – une sorte de *doxa*¹⁰ monopolisée (ou supposée l'être) par les professionnels, comme le reconnaît l'un d'entre eux :

« Déguster, c'est analyser. Lorsqu'on déguste, on réfléchit. La dégustation n'est pas uniquement liée au fait de savourer ou de manger : on va apprécier des choses, en les analysant, en les jugeant. » (R., œnologue depuis 22 ans).

- 39 Les *stimuli* s'inscrivent ainsi dans un cadre de référence qui se partage (ou fait l'objet d'un apprentissage) dans un contexte précis où sont reconnus aux « experts » une légitimité en matière d'attribution d'images ou de termes leur correspondant. Les critères de la dégustation paraissent ainsi *a priori* stables, définis de manière scolastique et souvent figés : un bon vin correspond à des sélections d'éléments déterminants dans l'évaluation. Mais la place est néanmoins laissée à l'interprétation de l'amateur éclairé. Le consommateur averti se trouve face à des choix qui le conduisent dans une « identité de dégustateur » : celui qui connaît et reconnaît les vins.

- 40 La connaissance professionnelle épuise donc, mais dans un contexte spécifique seulement (chez les « dégustateurs »), la variété terminologique liée à la consommation du vin, complice d'une parole – l'ivresse délie les langues et l'acte de boire appelle un commentaire¹¹ – dont l'étendue lexicale (empruntant à des registres différents), la richesse (figurative et métaphorique) et le dynamisme continue, dans d'autres situations (chez les « buveurs »), à échapper à toute tentative de formalisation de nature encyclopédique. En bref, la standardisation d'une œnologie « savante » et codifiée dans ces temps et lieux de dégustation représente la partie la plus visible d'un rapport au vin que certains

voudraient voir « légitime », mais elle laisse en d'autres circonstances la place à une œnophilie spontanée, à l'éloquence luxuriante, des « simples buveurs ».

NOTES

1. Sources : données du *World Drink Trends* de 2003.
 2. Guy Caro, Le drame, le tabou, l'humour, Guy Caro (Sous La dir. de), *De l'alcoolisme au bien boire*, T.1, Paris, L'Harmattan, 1990, p.43.
 3. Philippe Le Cœur, La nouvelle bataille du lobby viticole au Parlement, *Le Monde*, mercredi 2 juin 2004.
 4. Matthieu Ecoiffier, Vins et liqueurs : le gouvernement parle double, *Libération*, lundi 08 mars 2004.
 5. Puisque les scientifiques et œnologues ont des avis totalement divergents sur la question, Cf. K. Poiko, Une évaluation épidémiologique des effets bénéfiques et des risques de consommation d'alcool, in : J.P. Zolotareff et A. Cerclé (Sous la dir. de), *Pour une alcoologie plurielle*, Paris, L'Harmattan, 1994 (Collection logiques Sociales), pp 59-70.
 6. Voir, sur ce sujet, l'article de Philippe Chaudat dans ce même numéro.
 7. Le choix du vin autant dans sa provenance que dans son millésime, l'ouverture de la bouteille, la mise en carafe pour aération ou non, le choix des verres de dégustation et le service ne seront pas exposés ici on se limitera à des données ethnographiques sur l'apprentissage de la dégustation et aux références liées aux sens qui s'entrecroisent et se complètent lors d'une dégustation.
 8. Les mouillettes sont de fines bandelettes en carton buvard. Elles sont utilisées en parfumerie et en œnologie. Trempées légèrement dans un extrait, elles servent à se familiariser à la reconnaissance d'une odeur.
 9. La complexité des manières de boire et des problèmes d'alcool, in : Guy Caro (Sous La dir. de), *De l'alcoolisme au bien boire*, T.1, Paris, L'Harmattan, 1990, pp.56-57.
 10. Pour reprendre les termes de Pierre Bourdieu, *Ce que parler veut dire : l'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard, 1982.
 11. Martine Chatelain-Comtois, *Les mots du vin et de l'ivresse*, Paris, Ed. Belin, 1984, p.5
-

AUTEUR

THIERRY ROSSO

Laboratoire d'anthropologie « Mémoire Identité et Cognition Sociale » Université de Nice
– Sophia Antipolis
